



Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Universidad del Perú. Decana de América
Facultad de Letras y Ciencias Humanas
Escuela Académico Profesional de Comunicación Social

**Periodismo digital en la web de la Universidad
Nacional Mayor de San Marcos**

INFORME PROFESIONAL

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Comunicación
Social

AUTOR

Janet Rosana MONTORO ASENCIOS

Lima, Perú

2011



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Montoro, J. (2011). *Periodismo digital en la web de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Informe Profesional para optar el título de Licenciada en Comunicación Social. Escuela Académico Profesional de Comunicación Social, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

**A mi madre por su apoyo
incondicional**

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	5
CAPÍTULO 1	
INTERNET: NUEVO MEDIO DE COMUNICACIÓN.....	9
1.1 Internet.....	10
1.2 El World Wide Web (WWW).....	12
1.3 Ventajas que proporciona Internet.....	13
CAPÍTULO 2	
EL PERIODISMO DIGITAL.....	14
2.1 El periodismo.....	14
2.1.1 La noticia.....	17
2.1.2 Los géneros periodísticos.....	18
2.1.3 El periodista.....	23
2.2 El Periodismo digital.....	25
2.2.1 Creando su propia identidad.....	30
2.2.2 Hipertexto, interactividad y multimedialidad.....	30
2.2.3 El nuevo escenario.....	33
2.2.4 El lenguaje en periodismo digital.....	36
2.2.5 Periodistas multimedia.....	47
CAPÍTULO 3	
EXPERIENCIA PROFESIONAL EN LA UNIDAD DE LA PÁGINA WEB	50
3.1 Organización de la Oficina General de Relaciones Públicas.....	50
3.1.1 La Unidad de la Página Web.....	54
3.1.2 La evolución y rediseño de la Página Web.....	55
3.2 Mi experiencia profesional.....	62
3.2.1 Cronología.....	62
3.2.2 Funciones	64
3.2.2.1 Redactora de contenidos.....	66
3.2.2.2 Actualización de secciones.....	68
3.2.2.3 Editora de contenidos.....	73
3.2.2.4 Reuniones de Planificación.....	75
3.2.2.5 Envío de noticias a Universia.....	76
3.2.2.6 Coordinación con los ingenieros de sistemas.....	76
3.3 Logros y limitaciones.....	77
3.4 Lecciones aprendidas.....	82

CAPÍTULO 4	
HACIA UN ANÁLISIS DE CONTENIDO.....	84
4.1 Análisis de las muestras.....	85
4.1.1 Primera muestra.....	85
4.1.2 Segunda muestra.....	119
4.2 Resultados del análisis.....	127
4.2.1 Primera muestra.....	127
4.2.2 Segunda muestra.....	133
4.3 Reflexiones finales.....	136
CONCLUSIONES.....	139
BIBLIOGRAFÍA	141
ANEXOS	145

INTRODUCCIÓN

La aparición de Internet fue importante para los periodistas porque se convirtió en un medio más de comunicación que nos dio la posibilidad de ampliar nuestro campo de trabajo. En la actualidad ya no solo se necesita buscar una plaza en la prensa escrita, la radio o la televisión, sino que podemos ejercer como periodistas digitales en las páginas web de instituciones privadas o públicas. El panorama se nos presenta alentador porque tenemos más posibilidades. Solo es cuestión de asumir el desafío y atrevernos a abrir nuevos espacios.

“Periodismo digital en la web de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos” intenta mostrar cómo un comunicador social puede incursionar en el periodismo digital a través de la página web de una institución pública y ejercer allí su profesión con los mismos logros y desafíos que en cualquier otro medio de comunicación.

La razón de ser de una universidad es generar conocimientos a través de la investigación. San Marcos cumple esta misión en sus veinte facultades y sus dependencias. Actualmente se dice: “conocimiento que no se muestra no existe”. En este sentido, la intervención de un periodista es fundamental para que los resultados de las investigaciones realizadas por los sanmarquinos sean divulgados a través de los medios de comunicación.

Uno de esos medios es Internet, que obliga al comunicador social a incursionar en el periodismo digital y utilizar de este modo todo el potencial que le ofrece, como la, hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad.

A partir de mi experiencia como periodista de la Unidad de la Página Web de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos entre el 2002- 2005 presento este informe, con el objetivo de compartir las lecciones que aprendí en este período como redactora de las notas que se publicaban en la página web y como miembro del equipo de profesionales que apostó por incursionar en el mundo del periodismo digital.

Como redactora fui descubriendo las ventajas que supone ser periodista digital: tener nuevos espacios donde ejercer la carrera, trabajar con un equipo multidisciplinario de profesionales y aprender de cada uno de ellos nuevos conocimientos que enriquecieron mi desempeño como periodista, en especial de los ingenieros de sistemas, quienes desde entonces se convirtieron en el complemento de mi carrera, como antes lo eran el fotógrafo, el camarógrafo y el diagramador.

Luego de esta experiencia también aprendí que este nuevo medio de comunicación tiene un lenguaje propio y herramientas que debo utilizar correctamente si quiero desempeñarme como periodista digital en los siguientes proyectos que emprenda.

Profundizar los conocimientos sobre Internet es una obligación si queremos embarcarnos en la aventura del periodismo digital, razón por la cual en el Capítulo I de este trabajo consigno un panorama sobre esta nueva herramienta tecnológica, que va

desde su creación a fines de los años 60 (un proyecto que se elaboró para un sistema de comunicaciones). En este capítulo también se encontrarán datos sobre qué es Internet, quién lo inventó, por qué se llama así y desde cuándo funciona. También se incluye información sobre las ventajas que proporciona, como el acceso a millares de documentos o a la discusión sobre cualquier tema con personas de todos los países, utilizando el idioma que se desee.

Si no explicáramos en el capítulo II qué es el periodismo, este informe estaría incompleto porque, al margen del medio de comunicación que utilicemos, siempre haremos lo que el Diccionario General de Periodismo define como una actividad informativa desarrollada a través de cualquier medio de comunicación (prensa, radio, televisión). En este espacio también consigno información sobre las características de la noticia que según los estudiosos debe ser clara, concisa, precisa y breve.

En la segunda parte de este capítulo intento explicar cómo el periodismo digital crea su propia identidad, así como sus características y el nuevo escenario que nos ofrece, tanto a los periodistas como a los lectores.

En este espacio también abordo el papel del periodista multimedia, un nuevo concepto y reto que nos plantea este medio de comunicación. En este capítulo se trata el tema del lenguaje en periodismo digital: ¿cómo escribir para este nuevo medio? Esa es una de las principales interrogantes que nos hacemos constantemente los que estamos incursionando en este nuevo medio de comunicación.

A la Unidad de la Página Web le dedico el capítulo III, porque mi experiencia profesional motivo de este informe la realicé allí, como miembro también de la Oficina General de Relaciones Públicas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, órgano de apoyo del Rectorado, responsable de difundir las actividades académicas y administrativas de la universidad. Asimismo, incluyo entrevistas al entonces jefe de la Unidad de la Página Web de San Marcos y a uno de los ingenieros de sistemas que formó parte del equipo de trabajo. Ellos comparten sus impresiones sobre el mundo del periodismo digital.

Mi experiencia profesional es compartida también en este capítulo, donde realizo un recuento de mi trayectoria y las funciones que desempeñé en la citada unidad como redactora y editora de contenidos periodísticos, así como responsable de la actualización de las distintas secciones de la página y del envío de información de San Marcos al portal de noticias Universia. En este mismo capítulo también reflexiono sobre los logros y limitaciones que tuve en esta experiencia y realizo una autocrítica.

En el Capítulo IV presento el análisis de contenido del trabajo periodístico realizado en la Unidad de la Página Web de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. En esta parte podemos observar cómo se trabajó en el tema del periodismo digital, así como sus logros y retos.

Culmina este informe con dos anexos: el primero, que ofrece las entrevistas del jefe de la Página Web de San Marcos y del ingeniero de sistemas del área y el segundo, donde consigno las copias de las notas que utilicé para el análisis de contenido

CAPÍTULO 1

INTERNET: NUEVO MEDIO DE COMUNICACIÓN

Internet se ha convertido en un medio más de comunicación que ofrece, entre otras cosas, nuevas posibilidades de trabajo para los periodistas, quienes ya no solo debemos luchar por conseguir un espacio en la prensa escrita, televisiva y radial, sino también verlo como una alternativa.

Sin embargo, es necesario señalar que para enfrentar este reto es imprescindible que estemos preparados y empecemos por conocer qué es Internet, cómo surgió, para qué sirve, hacia dónde va y cómo podemos utilizarlo en nuestros distintos lugares de trabajo. En mi caso, en una Oficina de Relaciones Públicas.

A diferencia de la radio, la televisión y la prensa escrita, que requieren de grandes sumas de dinero para estar operativas, este nuevo medio de comunicación está más al alcance de todo tipo de instituciones públicas y privadas, se necesita poca inversión económica para comprar un dominio en la red de redes y tener una página web, herramienta que tendrá utilidad en la medida que estemos preparados para emplearla y saquemos el máximo provecho.

Existe abundante información sobre Internet. Luego de consultar numerosa bibliografía, páginas web, revistas, noticias publicadas en diarios y haber entrevistado a especialistas sobre el tema, consigno para este trabajo información publicada en la en la

Página Web de la Red Científica del Perú. Considero necesario adjuntar estos datos porque nos permitirán conocer el origen, desarrollo, importancia y utilidad de Internet, pieza clave en mi Informe Profesional que trata sobre periodismo digital en la web de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

1.1 Internet

Según la Página Web de la Red Científica Internet “es un conjunto de comunidades como un conjunto de tecnologías, y su éxito se puede atribuir a la satisfacción de las necesidades básicas de la comunidad y a la utilización de ésta de un modo efectivo para impulsar la infraestructura. Es a la vez una oportunidad de difusión mundial, un mecanismo de propagación de la información y un medio de colaboración e interacción entre los individuos y sus ordenadores, independientemente de su localización geográfica”.

En 1967 se dieron los primeros pasos para la aparición de Internet. Como consecuencia de la Guerra Fría, la Agencia de Proyectos de Investigación de Avanzada del Departamento de Defensa de Estados Unidos, en su afán de proteger sus sistemas logísticos y de información en caso de producirse un problema nuclear, le solicitó al ARPA (Advanced Research Project Agency) desarrollar un sistema de interconexión o red.

Pero recién en 1969 empezó a funcionar la red con cuatro computadoras y se le denominó ARPANET, que fue una red experimental creado en el seno militar y que permitía conectar al Pentágono con las universidades que colaboraban con ellos.

“En concreto, investigaban sobre cómo construir redes que pudiesen resistir desastres parciales (como ataques de misiles) y seguir funcionando”, añade la página web de la Red Científica.

En esta misma página también se señala que cuando las funciones militares se separaron, se permitió el acceso a la red a todo aquel que lo requiriera, sin importar de qué país provenía la solicitud siempre y cuando fuera para fines académicos o de investigación (y por supuesto, que pagara sus propios gastos de conexión). “Los usuarios pronto encontraron que la información que había en la red era por demás útil y que si cada quien aportaba algo se enriquecería aún más el acervo de información existente. Pronto esta red se transformó en una oficina postal de alta velocidad, al convertirse el correo electrónico (e-mail) en el medio de comunicación preferido en estas universidades, con el objeto de compartir y colaborar en proyectos de investigación”, se precisa.

Otra de las fechas claves en la evolución de Internet es 1971, cuando ARPANET logra conectar a 23 sitios, entre centros de investigación de universidades y gobierno de los Estados Unidos, pero recién en 1973 da el salto definitivo cuando se conecta a dos centros en Inglaterra y Noruega.

La masificación de Internet empieza a dar sus primeros pasos a mediados de los 80, cuando se crea el protocolo TCP/IP (Transfer Control Protocol/Internet Protocol) que permite tener un lenguaje común para todas las computadoras conectadas, y en 1985, cuando en las redes locales de las computadoras personales ya estaba posesionada la idea de Internet cada vez estaba más cerca del ciudadano común y corriente.

“En 1986 surge "The Supercomputer Centers Program" iniciado por "The National Science Foundation (NSF)". El propósito de este programa era hacer que los recursos de súper cómputo pudiesen llegar a una gama más amplia de usuarios. Establecieron cinco centros de súper cómputo en diferentes áreas de los Estados Unidos y construyeron una red que los uniera a todos”, se señala en la página web de la Red Científica.

Cuando la IBM puso en el mercado las computadoras personales y las compañías adquirieron las computadoras poderosas de tamaño pequeño (que permitían conectarse en red), estas empresas también empiezan a conectarse a Internet.

La creación del primer browser (programa para visualizar Internet) en 1990, por investigadores de la National Center for Supercomputing Applications (NCSA), permitió que el uso de Internet sea amigable y desde entonces la historia de Internet es bastante conocida por todos.

1.2 El World Wide Web (WWW)

El Centro Europeo de Investigación de Física de Partículas (CERN), dirigido por Tim Berners-Lee, también marcó un hito importante en la evolución de Internet al crear el WWW, o red global mundial, que es un sistema de documentos de hipertexto y/o hipermedios enlazados y accesibles a través de Internet.

Se le llama web (telaraña) por las conexiones que se hacen entre los documentos que existen en ella, así se va formando una telaraña de ligas entre los documentos publicados en Internet.

1.3 Ventajas que proporciona Internet

De acuerdo con la información publicada en la página web de la Red Científica, Internet ofrece, entre otras, las siguientes ventajas:

- Permanencia en contacto con amigos, parientes y colegas alrededor del mundo, a una fracción del costo de una llamada telefónica o correo aéreo.
- Discusión sobre cualquier tema con personas de todos los países, culturas y utilizando el idioma que se desee.
- Exploración global de los millares de bibliotecas y bases de datos de información existentes.
- Acceso a millares de documentos, diarios, reservas y programas.
- Servicio de noticias de cualquier tipo y de todo el mundo.
- Juegos en vivo y en tiempo real; permite jugar con docenas de personas de inmediato.
- Conectarse a la red hoy toma, en un sentido, algo de aventura. Se necesita la predisposición para aprender y una capacidad de tomar un hábito profundo cada vez superior en poco tiempo. Visitar la red, hoy día, es como viajar al extranjero.

CAPÍTULO 2

EL PERIODISMO DIGITAL

El periodismo digital es una nueva forma de ejercer la carrera que supone exigencias, retos y desafíos. Precisamente, por estas razones en la Unidad de la Página Web de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos apostamos por esta alternativa.

En el trabajo del día a día fuimos descubriendo y familiarizándonos con los nuevos conceptos, las características, los soportes, los distintos lenguajes y escenarios que nos ofrece el periodismo digital, pero sin dejar de lado los conocimientos de periodismo, porque ser digital significa incorporar a lo ya aprendido nuevas herramientas.

Luego de algunos años inmersa en el periodismo digital, puedo afirmar que el periodismo siempre estará vigente, simplemente se irá adecuando a los nuevos medios que emerjan, como lo hizo con la radio, la televisión y con Internet, porque todas se complementan. Por todas estas razones es necesario que empecemos este capítulo explicando ¿qué es el periodismo?

2.1 El periodismo

Si bien el Diccionario General de Periodismo lo define como una actividad informativa desarrollada a través de cualquier medio de difusión (prensa, radio,

televisión, cine), a lo largo de su historia muchos estudiosos, e incluso colegas, lo han definido de distintas maneras.

Sin embargo, casi todos han coincidido al señalar que gracias al periodismo la sociedad se mantiene informada sobre “los últimos sucesos”. No olvidemos que toda información publicada en un medio de comunicación tiene que ser, además de novedosa, interesante, para que pueda cumplir su objetivo de llegar a la mayor cantidad de público.

En este sentido, el periodista Alejandro Miró Quesada es claro al señalar que el periodismo es “la profesión que se encarga de informar y comentar periódicamente a través de un medio de comunicación, los sucesos y problemas que interesan a una sociedad” (Miró Quesada, 1991, p. 67-68).

Cabe señalar que el periodismo es importante y necesario dentro de nuestra sociedad, porque permite que sus integrantes se comuniquen a través de los distintos medios de comunicación existentes (radio, televisión, diarios, Internet, etc.).

El proceso de admisión en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos se desarrolla en marzo y en setiembre. Esta es una información que conocen las autoridades y las personas involucradas en el proceso; pero, para que este hecho sea conocido por la sociedad, es necesario divulgarlo.

Más de 50 mil postulantes y sus respectivas familias están pendientes de este proceso y necesitan ser informados. El profesional que se encarga de esta labor es el

periodista, quien convierte los datos en noticia y los difunde a través de los medios de comunicación. Precisamente, por esta razón el doctor Miró Quesada señala que “...prácticamente nada es inteligible, actualmente sin los medios de comunicación: ni la política, ni las finanzas, ni la ciencia, ni la guerra.”..(Miró Quesada, 1991, p. 69). Nosotros agregaríamos: ni la universidad.

Para que el periodista cumpla a cabalidad su función de informar es necesario que, previamente, consigne los datos respectivos y verifique con las fuentes de primera mano. El hombre de prensa no necesariamente debe tener conocimientos sobre todos los temas, pero sí está en la obligación de informarse, antes de elaborar una nota.

Los archivos periodísticos, el *background* de cada uno y, en los últimos tiempos, Internet, son herramientas importantes para el buen desempeño periodístico. Al respecto, el experimentado periodista Manuel Jesús Orbegozo señala:

(...) Es necesario aclarar que para “informar” o “comunicar”, que son sinónimos o parecen serlo, en periodismo, antes de informar o comunicar hay que informarse primero: es decir, como cuestión previa informativa, primero se recogen los datos en el lugar de los sucesos y luego, transformados en información, se dan a conocer sólo los datos que tienen valor noticioso. Para señalar este fenómeno se consiente en usar un término que sintetiza la función del periodismo: informar... (Orbegozo, 2000, p.18).

Estos conceptos analizados sobre periodismo deben ser tomados en cuenta cuando ejerzamos la profesión. En la Unidad de la Página Web de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, así lo hicimos y vimos a la página web como un medio más de comunicación que nos permitía mantener informada no solo a la comunidad universitaria sanmarquina, sino al mundo entero.

El objetivo de las notas que se publicaban era satisfacer el interés de los lectores. Los datos que se consignaban eran verificados rigurosamente, porque nuestra meta era ofrecer información veraz.

2.1.1 La noticia

En prensa escrita, radio, televisión o Internet, la noticia es lo más importante, la diferencia radica en que cada uno de estos medios lo presentan de distinta manera o en formato diferente, pero antes de continuar con este análisis es importante definir ¿Qué es la noticia?

(...) una comunicación adquiere siempre carácter de noticia cuando se puede establecer en relación con los intereses vitales suyos y de sus conciudadanos, de su pueblo... para Charley.... la noticia es una crónica oportuna, concisa, exacta de un suceso, no es el suceso mismo...para Bond: es un informe oportuno de todo aquello de interés para la humanidad y la mejor noticia es aquella que interesa al mayor número de lectores... los factores de la noticia son: oportunidad, proximidad, magnitud e importancia...para William Rivers...noticia es la oportuna información de los acontecimientos hechos y opiniones que interesan a buen número de personas. Las palabras oportunas que interesan a buen número son las más importantes.. (Rivadeneyra, 1994, p. 47).

La noticia tiene características y estudiosos como Rivadeneyra señalan que son la actualidad, universalidad (geográfica, temática y social), periodicidad y acceso al público. ...(Rivadeneyra, 1994, p.35).

Para tener un concepto claro sobre este tema, es necesario tomar en cuenta también la opinión de Manuel Jesús Orbegozo, quien asegura que para que el lenguaje periodístico cumpla con sus objetivos de la manera más eficaz posible debe reunir por lo menos, las siguientes características: claridad, concisión, precisión y brevedad.

(...).Si no es claro, conciso, preciso y breve, no es lenguaje típicamente periodístico, porque todo el mundo es capaz de escribir aplicando estas características, pero, indudablemente, necesitará de un tiempo largo de estudio y práctica para adquirir la habilidad necesaria hasta alcanzar una total identificación y manejo... (Orbegozo, 2000, p. 21).

En la Unidad de la Página Web de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, noticia era toda información que satisfacía el interés de nuestro público objetivo, que estaba dividido de la siguiente manera: internacional, nacional y comunidad sanmarquina.

Considerábamos a la página web como un medio de comunicación que nos permitía mostrar al mundo los resultados de los trabajos de investigación de los sanmarquinos principalmente, razón por la cual nuestra prioridad era el público internacional, en segundo orden estaba la audiencia nacional y en el tercero, la comunidad universitaria.

2.1.2 Los géneros periodísticos

Debo confesar que encontrar una única definición sobre los géneros periodísticos no ha sido posible, debido a que los autores tienen distintos conceptos.

Algunos consideran que no existen géneros periodísticos como tal, mientras que otro sector cree que sí existen. Miguel Ángel Bastenier, en su libro *El Blanco Móvil* es uno de los que deja manifiesto esta falta de precisión al señalar “no hay nada establecido de manera irrefutable en cuanto a géneros ni cuáles deber ser, ni cuántos ni para qué, aunque la variedad de aproximaciones al problema es infinita” (Bastenier, 2001, p. 31).

Sin embargo, pese a esta posición Bastenier establece géneros troncales a los que denomina: seco o informativo puro, crónica y reportaje “Paralelamente como un

derivado o subgénero de la crónica se halla el análisis y del reportaje, la entrevista con todos sus eventuales variantes” (Bastenier, 2001, p.32).

Por su parte Winston Orrillo en su libro *César Vallejo. Los géneros periodísticos*, señala que:

(...) Aldunate reconoce lo “difícil” que es delimitar de una vez los confusos límites de esta materia, no obstante señala los dos géneros clásicos de la tradición anglosajona: *store*, denominado también periodismo informativo, que consiste en el puro relato de los hechos y *comment*, periodismo de opinión, que abarca todo lo que escapa de la rigurosa descripción. (Orrillo, 1988, p. 23).

En este mismo texto Orrillo precisa que la tradición periodística latina (también llamada europea) habla de tres géneros: informativo, interpretativo y de opinión. (Orrillo, 1988, p. 23).

Podemos considerar que el periodista peruano Juan Gargurevich está en el grupo de los que tienen claro lo que es el género periodístico. En su libro *Nuevo Manual de Periodismo* los define como “formas que busca el periodista para expresarse, debiendo hacerlo de modo diferente, según las circunstancias de la noticia, su interés y sobre todo, el objetivo de su publicación”. (Gargurevich, 1987, p. 11).

Gargurevich considera que los géneros periodísticos que se cultivan son los siguientes: nota informativa, entrevista, crónica, reportaje, gráfico (fotos, caricaturas, mapas, tiras cómicas), columna, artículo, testimonio, reseña, crítica, polémica (o debate), campaña (cruzada), titulación, (folletín) en sus formas modernas. “Las

principales en cuanto al uso son las cinco primeras, pues predominan en los diarios, tienen técnica ya muy elaboradas y sistematizadas”. (Gargurevich, 1988, p. 20).

Ante la variedad de definiciones de géneros periodísticos, he tratado de mostrar las diferentes posiciones existentes. Para este informe consigno el concepto de los principales géneros:

Nota informativa: tal como lo define Orrillo, busca comunicar los hechos noticiosos en el menor tiempo posible, entregando los datos básicos, su material es el hecho.

Entrevista: para Orbegozo, es presentar los resultados de una conversación sostenida entre el periodista y el personaje protagonista, testigo o ligado a un acontecimiento o asunto noticioso. Precisa el conocimiento y el manejo de ciertas técnicas par obtener resultados óptimos. (Orbegozo, 2000, p. 227).

Interpretación: para Orrillo, pretende profundizar y explicar la noticia situando los hechos en un contexto, su material son los procesos.

La Opinión: argumenta, da razones, trata de convencer sobre tal o cual hecho, acercándose a un determinado suceso, uniéndose a un determinado punto de vista, su meta son las ideas y los valores (Orrillo, 1988, p. 23).

Reportaje: Orbegozo lo denomina reportaje a profundidad “aquellos trabajos en los cuales la investigación o averiguación por parte del periodista han de ser exhaustivos,

que le han permitido llegar al fondo de la cuestión a la “profundidad” del asunto. En la práctica ya nada o muy poco quedará por aclarar (Orbegozo, 2000, p. 297).

Crónica: Orbegozo lo define de la siguiente manera:

(...) puede ser la misma noticia solo que comentada, narrada de acuerdo a la impresión particular del comunicador y no empleando la pirámide invertida, sino la pirámide normal, es decir, no destacando como en la noticia, el “nudo”, primero, sino dejando el “nudo” para desatarlo al final (Orbegozo, 2000, p. 135).

Infografía: para el periodista Alberto Caitro, licenciado en Ciencias de la Información de la Universidad Santiago de Compostela, España, infografía es el uso de diagramas para transmitir información, mientras que para el especialista Julio Alonso la infografía es información gráfica, ejecutada, manipulada, almacenada y reproducida mediante ordenadores. (Alonso, 1998).

Es necesario precisar que la infografía también forma parte de esta lista, porque autores como Carlos Abreu Sojo, doctor en Ciencias de la Información de la Universidad de la Laguna, lo consideran como un género periodístico “Para nosotros sí lo es por cuatro razones fundamentales: 1) Tiene una estructura claramente definida, 2) Tiene una finalidad, 3) Posee marcas formales que se repiten en diferentes trabajos, 4) Tiene sentido por sí misma. (Abreu, 2009). Asimismo, para Marta Botero es un nuevo género surgido del avance de las tecnologías informáticas y de la necesidad de los periódicos de ser más visuales para adaptarse a los requerimientos de los nuevos lectores. (Martínez, 1998).

Sin embargo, es necesario señalar también que existe otro grupo de profesionales que considera a la infografía solo como disciplina, recursos o ilustración y no como un género periodístico, tal es el caso de Sibila Camps y Luis Pazos “Son ilustraciones o series de ilustraciones que explican la situación o sucesión de hechos a los que se refiere la nota” (Camps-Pazos, 1996, p. 161).

Los géneros periodísticos son la manera diferente de presentar una noticia, dependiendo del espacio que te den en el medio donde trabajes, del tiempo con el que cuentes, de las fuentes que manejes y sobre todo, del hecho noticioso que tengas.

Un periodista debe dominar la técnica de cada uno de los géneros, porque en una redacción tiene que escribir una nota informativa, una entrevista, una crónica, un reportaje, un artículo de opinión o cubrir una conferencia de prensa, etc.

En la Unidad de la Página Web de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, los periodistas escribíamos de cualquiera de las formas antes descritas. Si bien teníamos conocimientos sobre los distintos géneros periodísticos y sabíamos redactarlos, lo que no estaba claro era si esas mismas diferencias debíamos aplicarlas para el periodismo digital.

En el caso de la infografía fue mucho más nuestro desconocimiento, razón por la cual no la empleamos.

2.1.3 El periodista

En la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos un maestro decía que para ser periodista no sólo basta conocer la técnica, ni tener amplio *background*. “Se necesita mucha pasión por la profesión, sólo así estaremos dispuestos a sacrificar a la familia, a los amigos, por el sólo placer de estar a la hora indicada, en el lugar preciso y con la fuente de información de primera mano para tener la primicia”.

Al respecto, Sara Moirón, señala: “..En nuestro oficio se dice que buen reportero debe tener buena suerte y saber estar a la hora propicia en el lugar más conveniente y con las personas adecuadas. La cual lleva a la gran ambición: ganar una exclusiva importante” (Moirón, 1994, p. 79).

Los periodistas de la Unidad de la Página Web de San Marcos para conseguir las “notas exclusivas” que señala Moirón, además de cubrir las actividades oficiales de las autoridades de turno, íbamos a buscar la noticia a los institutos de investigación, a los centros de producción, al centro cultural y a las demás dependencias de la Universidad.

Otro de los aspectos importantes en nuestra carrera es la veracidad de los datos. Cuando un periodista escribe sobre cualquier tema, debe tener la absoluta certeza de que la información consignada en su nota es exacta y que su opinión posee argumentos sólidos.

Un ejemplo concreto fue lo que sucedió el 09 de enero del 2003 con el accidente de la aeronave Fokker F-28, de la Compañía TANS- Perú, que despegó del aeródromo de Chiclayo para realizar un vuelo comercial hacia la ciudad de Chachapoyas con 45 pasajeros a bordo. La Agencia de Noticias Andina del Perú informó que la referida nave sólo había realizado un aterrizaje forzoso y que la situación estaba controlada. Sin embargo, la realidad fue otra. Después de varios días de infructuosa búsqueda el resultado fue la muerte de todos los pasajeros, incluidos los tripulantes.

Con esta información dada, sin antes haber verificado los datos, por el solo hecho de ganar la primicia, se jugó con los sentimientos de los familiares de los pasajeros, para quienes, luego de haber mantenido la esperanza de encontrarlos con vida, les fue mucho más doloroso aceptar la realidad.

Este ejemplo también nos sirve para señalar que la credibilidad de un periodista y del medio al que representa, constantemente está en juego, basta que una noticia haya sido difundida y luego desmentida para que, en lo sucesivo, sus lectores pierdan la confianza.

Para lograr este equilibrio se necesita que el periodista, no sólo sepa la técnica de la carrera -cómo escribir- sino, fundamentalmente que tenga en cuenta la ética y el sentido de responsabilidad.

(...) de acuerdo con el Coloquio de Periodismo organizado por el Centro Internacional de la Enseñanza Superior de Periodismo de Estrasburgo, los problemas de la formación del periodismo pueden resumirse a tres términos: SABER: que significa la teoría que debe aprender el estudiante, SABER HACER, es decir la técnica y la práctica necesaria para aplicar estos conocimientos teóricos y SABER SER: o sea el sentido de responsabilidad que debe tener en el desempeño de su futura función periodística (Miró Quesada, 1991, p. 8).

Los periodistas de la página web de San Marcos teníamos cuidado con la precisión de los datos que consignábamos en las notas. Si publicábamos información sobre una convocatoria de un curso, verificábamos la fecha, la hora, el costo y el lugar, y si teníamos alguna duda, optábamos por no difundirla.

Ofrecer información oportuna era otra de nuestras metas. La política era publicar las noticias con anticipación, en especial si se trataba de una convocatoria para un concurso o una beca. El objetivo era que los sanmarquinos postularan y se beneficiaran.

2.2 El periodismo digital

(...) Quiero proponer en función de nuestra imagen, de nuestra realización, la urgencia de que San Marcos asuma con absoluta conciencia la necesidad de intercambios culturales, interuniversitarios, internacionales y se inserte en el ámbito de una comunidad más amplia que la que nos dan nuestra historia, nuestra tradición y nuestras aulas... (Hernández, 2002, p. 125).

Existen numerosas formas y estrategias para hacer realidad la exhortación que hizo el psicoanalista Max Hernández.¹ Las autoridades de San Marcos, durante el periodo que se realizó este informe, trabajaron en distintos frentes, para mejorar el nivel académico, la gestión administrativo- económica y el desarrollo tecnológico, con la finalidad de que nuestra Universidad sea una de las mejores del país y del continente.

Uno de los aspectos más importantes fue el impulso que le dieron al empleo adecuado de Internet entre la comunidad universitaria, porque a través de este medio se logrará una comunicación eficaz, aspecto importante para una buena gestión.

¹ Máx Hernández hizo esta exhortación en el foro denominado “La Universidad en el Perú” que organizó en el 2002 la Comisión del 450º Aniversario de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Internet, que nació en la década de los 60, actualmente se ha convertido en una herramienta tecnológica indispensable para el desarrollo de los países y de cada una de sus instituciones, al punto que en algunos como en Colombia se está impulsando con éxito el sistema del Gobierno Electrónico, que consiste en utilizar la red de redes para efectivizar el trabajo que vienen desarrollando sus organismos. En el Perú también se están dando los primeros pasos en ese sentido.

Definitivamente, para hablar de Internet y principalmente sobre su importancia en el desarrollo de la humanidad, necesitaríamos mucho más espacio. En este Informe Profesional voy a centrarme en una de las posibilidades que nos ofrece esta tecnología: el periodismo digital, un tipo de comunicación que aún está en proceso de formación, razón por la cual existe controversia sobre su importancia y utilidad.

Dentro de este debate, existen algunos demasiados optimistas que incluso llegan a asegurar que este nuevo tipo de periodismo es una de las competencias más fuertes de los demás medios de comunicación como la radio, televisión y, sobre todo, la prensa escrita. Incluso se ha llegado al punto de hablar de la desaparición de esta última

Del mismo modo, existen otros especialistas que opinan que Internet es un medio más de comunicación que surgió en el siglo XX y que simplemente se complementará con las ya existentes, tal como ocurrió cuando aparecieron la radio, la televisión y el cine. En ninguno de los casos sucedió lo que más se temió, su desaparición, al contrario actualmente son una alternativa de información, educación y entretenimiento para los hombres, obviamente cada uno con sus respectivas potencialidades.

Al respecto, el catedrático de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra José Luis Orihuela es muy claro al señalar:

(...)el nuevo medio comienza alimentándose del contenido de los medios precedentes (canibalización) hasta que desarrolla su propia identidad adecuando su lenguaje y contenido al potencial de soporte que utiliza y reajustando el ecosistema mediático (complementariedad/acumulación), lo que obliga a los otros medios a cambiar para sobrevivir (redefinición). (Orihuela, 2003).

En este punto comparto la opinión de Orihuela cuando menciona que el nuevo medio (en este caso Internet) comienza alimentándose de los medios precedentes hasta que desarrolla su propia identidad. Es precisamente lo que está sucediendo en nuestro país. Inicialmente los diarios en el Perú aparecieron en Internet en la década de los 90 con la publicación tal cual de sus ediciones impresas. La primera fue Caretas en 1994 y el primer diario fue La República en 1995, luego posteriormente El Comercio y así hasta que en la actualidad, casi todos tienen presencia en la red.

Sin embargo, es necesario señalar que sólo algunos ya han entrado a la segunda etapa, es decir a la de desarrollar su propia identidad. Un ejemplo claro en el país es el diario El Comercio, medio de comunicación, líder en este campo, que a la fecha tiene un portal permanentemente actualizado.

En este espacio los usuarios, además de leer las noticias, también encontrarán opciones como la consulta de páginas de servicios, la interactividad y entretenimiento, aspectos que aún no han desarrollado diarios como La República, Gestión, La Industria, y Expreso.

Sobre el particular, el periodista del diario El Comercio Juan Carlos Luján, en su ponencia sobre periodismo digital que ofreció en la Universidad Católica del Perú,

señala que esta realidad se da, entre otras cosas, esencialmente por la falta de dinero y de visión para apostar por la red, aspectos que los propietarios de El Comercio ya lo están explotando. (Luján, 2002)

Luján refiere que el liderazgo del diario en este campo se debe al trabajo en conjunto, entre periodistas, programadores y personal administrativo. En este punto, es preciso subrayar que en el desarrollo de las páginas web de otros medios de comunicación, todavía no se trabaja bajo esta perspectiva, es decir, de tener para esta área un equipo exclusivo integrado por periodistas, programadores, diseñadores y personal administrativo.

Un ejemplo claro es Frecuencia Latina (Canal Dos). Si bien, inicialmente sus propietarios entendieron la importancia de Internet, en el 2003 con el cambio de administración prefirieron dar prioridad a otras necesidades y cerraron el área de Página Web, que incluso ya tenía un equipo compuesto por periodistas e ingenieros de sistemas. Esta decisión demuestra que, pese a las ventajas que ofrece este medio, aún no se le está tomando en cuenta en su verdadera dimensión.

Con respecto a la participación de los periodistas en el mantenimiento de las páginas web, la doctora María Teresa Sandoval Martín, tiene una opinión mucho más precisa. Ella sostiene que si los comunicadores estuviesen a cargo de las páginas web, en un mediano plazo tendríamos un amplio campo de trabajo y ya no estaríamos luchando por copar las reducidas vacantes que nos ofrecen los medios de comunicación convencionales como la radio, televisión o prensa escrita.

(...) Para escribir sobre un tema no hace falta ser periodista, pero en, en cambio, para escribir en un medio de comunicación sí. Entonces si consideramos a la red de redes como un entorno de comunicación, ¿Por qué no están los periodistas redactando o incluso diseñando las páginas de administraciones públicas, entidades, universidades, grandes empresas, museos, etc. que circulan por la red? Si hacemos un sondeo, vemos que es raro el caso en el que encontramos a periodistas involucrados en este proceso. (Sandoval, 2000).

Esta misma autora asegura que la ausencia de profesionales especializados en la elaboración de contenidos en Internet no se da únicamente porque los empresarios lo deciden así, sino también porque los propios periodistas aún no tomamos conciencia de esta realidad. Muchos colegas siguen mirando con miedo a Internet o se sienten saturados ante el abundante volumen de información que se ofrece y se maneja a través de este medio.

(...) Históricamente el periodista arrastra con un pasado en el que su única vinculación con los ordenadores desde su implantación en las redacciones, hace no demasiado tiempo, ha sido aprender a usar los diferentes sistemas de edición de los periódicos con los que se ha podido encontrar a lo largo de su trayectoria profesional, teniendo muy poca vinculación con el departamento técnico de su empresa... (Sandoval, 2000)

Sobre este punto, el periodista José Luis Orihuela también tiene una opinión parecida al señalar:

...las actitudes de los agentes del juego mediático durante los procesos de innovación tecnológica suelen quedar bien reflejadas en la metáfora de Umberto Eco: borrachos, abstemios y catadores...finalmente el catador es quien no ha sucumbido al vértigo provocada por la velocidad de cambio, que ha superado la fascinación y que no se ha estancado en la perplejidad. Sabe escoger y es consciente de que no puede probarlo todo (Orihuela, 2003)

Comparto la opinión de estos autores, porque en la oficina de prensa donde trabajé alterné con algunos colegas que se resistían al desarrollo tecnológico y no aceptaban los cambios vertiginosos que se vienen sucediendo y que cada vez se dan en menos tiempo.

2.2.1 Creando su propia identidad

En este punto vale la pena tomar en cuenta nuevamente la opinión de Orihuela, quien señala que los nuevos medios tienen que crear su propia identidad adecuando su lenguaje y contenido al potencial del soporte que utilizan. “El uso de soportes digitales, particularmente redes y en especial en la web, proyectan sobre los medios de comunicación una serie de características que permiten definir la emergencia de un nuevo lenguaje. En el caso de Internet, las tres principales son la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad”. (Orihuela, 2003)

Debido a la trascendencia de estos conceptos creo que es necesario que nos detengamos un poco más para analizarlos y dejar en claro sus usos y ventajas en la red, ya sea para el profesional como para el público usuario principalmente, porque la razón de ser de un medio electrónico es el cibernauta. Todos los contenidos, información, hasta el diseño de una página web deben ser dirigidos a captar su atención y lograr que se mantenga conectado a determinada página.

Al respecto, Juan Carlos Luján señala que “los usuarios finales deben sentirse atraídos por la página web y, una vez dentro del sitio, encontrar toda la información que les permita satisfacer sus necesidades de búsqueda” (Luján, 2002)

2.2.2 Hipertexto, interactividad y multimedialidad

El Hipertexto nos da la posibilidad de ofrecer a nuestro público objetivo esa variedad y complementariedad de información que requiere, porque no sólo sirve para

complementar noticias de un mismo asunto dentro de un diario, sino que permite enriquecer el texto con documentación adicional que puede encontrarse en el archivo del periódico o mediante enlaces directos a las fuentes de información.

La participación del cibernauta en la publicación de los contenidos de este nuevo medio de comunicación cada vez es más directa y fundamental. Este fenómeno se produce gracias a otras de las características fundamentales de Internet que es la interactividad.

Al respecto el periodista Juan Carlos Luján señala: “Prácticamente todo producto exitoso en línea debe necesariamente contar con esta característica para crecer y captar el interés de los usuarios” (Luján, 2002).

Cabe señalar que la interactividad es un mecanismo de contacto entre el usuario y el responsable de la red.

(...) Esta comunicación se logra gracias los foros de opinión, tableros de anuncio, el correo electrónico, los sondeos en líneas, las encuestas y los weblogs (cuadernos de nota), herramienta que desde el 2001 son una fuente de información adicional para los periodistas. Con el weblog cualquier persona con mínimos conocimientos de inglés e informática, puede hoy poner en marcha una publicación digital en menos de un minuto. (Luján, 2002).

Gracias a la multimedialidad que nos ofrece Internet podemos utilizar video, audio, texto, fotografía y gráficos animados y ser capaces de combinarlos. El periodismo digital hace o hará uso de esta característica para lograr su eficacia. “Lo que hoy conocemos como el periódico en línea se convertirá en un medio de comunicación que reúna la profundidad de la prensa escrita, la simultaneidad de la radio y la imagen

de la televisión, es la suma del texto, la voz, la música, la imagen fija, el video, los recursos de la infografía”. (Estremadoyro, 2003).

Si bien en la página web de San Marcos sabíamos que la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, eran las nuevas características que debíamos adoptar del periodismo digital, inicialmente no utilizamos la multimedialidad porque el ancho de banda que tenía la Universidad no nos permitía publicar muchas fotografías y menos videos.

La falta de cámaras fotográficas y de video digitales, también contribuyó a que en la oficina no explotáramos las posibilidades que nos ofrecía Internet, como la de publicar imágenes y videos en tiempo real.

Con respecto a la hipertextualidad, se dieron los primeros pasos, no con la rigurosidad que debería, tal vez porque los periodistas aún no estábamos preparados para ofrecer a nuestros lectores todas las posibilidades que nos daba esta herramienta, como la de enlazarlos a las mismas fuentes de información, a las bases de datos que nos habían permitido redactar la nota, etc.

Del mismo modo, con la interactividad, solamente se interactuaba con los cibernautas a través del correo electrónico. La página no tenía encuestas, foros ni chats, incluso en las notas no se colocaban los correos electrónicos de los periodistas, con quienes podrían comunicarse los lectores.

2.2.3 El nuevo escenario

Luego de revisar la bibliografía existente sobre las características del nuevo modelo de comunicación que emerge por efecto de las innovaciones en tecnología de la información, me atrevo a señalar que Orihuela nos presenta una de las definiciones más completas y detalladas, que a continuación las presento.

- **De audiencia a usuario**

Los nuevos medios tienen la capacidad de responder de forma personalizada a las demandas de comunicación específicas de cada usuario. Las posibilidades de configuración a la carta de la oferta mediática transforman el sistema de financiación de los medios, las estrategias de publicidad, fragmentan las audiencias y alteran el impacto de los medios sobre la opinión pública.

- **De medio a contenido**

El soporte industrial de producción/difusión ha sido hasta la era digital la seña de identidad más acusada de los medios de comunicación. La convergencia de soportes generada por la digitalización, replantea la identidad de los medios que pivota hacia los contenidos y revalora su imagen de marca.

- **De soporte formato a multimedia**

El soporte industrial de producción/difusión ha configurado hasta la era digital los formatos de información (texto, audio, video, gráficos, fotografía, animaciones) disponibles en cada medio. El entorno digital permite la convergencia de todos los formatos en un mismo soporte, dando lugar al lenguaje multimedia.

- **De periodicidad a tiempo real**

Los nuevos medios introducen una temporalidad basada en la realidad, no en las constricciones de producción mediáticas (diario, semanario, boletín horario, revista mensual, anuario). La actualización permanente reemplaza al paradigma de la periodicidad.

- **De escasez a abundancia**

Las limitaciones espacio/temporales de los medios convencionales se ven socavadas por un entorno de información sólo delimitado por la capacidad de almacenamiento de los soportes por la velocidad de transmisión de los *carriers*.

- **De intermediación a desintermediación**

La universalidad de la red y su arquitectura de publicación abierta, socavan el protagonismo de los mediadores profesionales en los procesos de comunicación pública y convierten a cualquier usuario en un global *publisher*.

- **Distribución a acceso**

Ante el modelo de difusión de los medios convencionales surge un modelo multidireccional y simétrico, en el cual los usuarios acceden a los servidores donde radica la información y además pueden comunicarse entre sí utilizando el mismo sistema con el que acceden a los medios.

- **De unidireccional a interactividad**

Ante el modelo de difusión convencional de sentido único, los nuevos medios permiten diversos grados de interactividad (de hardware, de software, con el sistema y con otros usuarios), enriqueciendo los procesos de comunicación y redefiniendo la noción de feedback.

- **De lineal a hipertexto**

La secuencialidad narrativa propia de los medios analógicos se resquebraja en un entorno dominado por la fragmentación de la información en nodos y su

articulación mediante enlaces. El hipertexto emerge como la nueva gramática del mundo digital.

- **De información a conocimiento**

La superabundancia de información característica de la era digital, revela la importancia estratégica de los medios como gestores sociales del conocimiento. El análisis profesional de la información y su transformación en conocimiento se convierte en el nuevo vector de la actividad mediática.

Como es de suponer, en la oficina el nuevo escenario que nos ofrecía el periodismo digital aún no era comprendido por los periodistas. Me atrevería a señalar que inicialmente escribíamos como cuando pertenecíamos la redacción de la revista, y por lo tanto creíamos que nuestra misión solo era entregar la nota al ingeniero de sistemas para que la publique.

Los periodistas de la página web lo único claro que teníamos era que escribiríamos más notas, las que serían publicadas en tiempo real y que ya no nos preocuparíamos por la extensión de nuestros textos, porque en Internet se podía publicar sin mayor restricción. Eso creíamos.

2.2.4 El lenguaje en periodismo digital

Una de las preguntas recurrentes que nos hacemos, quienes trabajamos en periodismo digital es ¿Cómo “escribir” para este medio? ¿Tiene un lenguaje escrito,

hablado, ilustrado, interactivo, multimedial, etc? Todavía no encontramos manuales donde estén las respuestas, o si es que las hay, aún no están a plena disposición de los interesados.

Muchos estudiosos coinciden en señalar que el periodismo digital, por el mismo hecho de ser un medio de comunicación que recién se está posicionando en el mercado, aún no tiene un lenguaje definido. Una prueba concreta de esta afirmación es que sólo el 43 por ciento de los medios.com en América Latina ofrecen capacitación interna a los periodistas sobre periodismo digital y la mayoría de esta capacitación se realiza entre 1 y 3 veces al año, razón por la cual el 17% de los responsables de las unidades puntocom refiere que una de sus principales necesidades en términos de capacitación es ¿cómo “escribir” para Internet?

Como la radio, en sus inicios, que empezó a leer las noticias de los diarios y posteriormente fue encontrando su propio lenguaje de acuerdo a sus características; de la misma manera la televisión utilizó el lenguaje de la radio, pero con imágenes, hasta que finalmente encontró su propio estilo. Del mismo modo, los periodistas que trabajamos en Internet seguimos redactando las notas como para la prensa escrita, pero siempre con una interrogante ¿Cómo “escribir” para este nuevo medio?

Sin embargo, puedo asegurar que con la práctica vamos encontrando algunas luces que nos llevan a escribir de la manera correcta. Tratamos de emplear las posibilidades que Internet nos ofrece, como el hipertexto, que nos da la facilidad de ampliar nuestra información con enlaces que les permiten a nuestros lectores acceder a

bases de datos o a las mismas fuentes de donde obtuvimos la información para elaborar nuestras notas.

Si bien estas posibilidades que nos ofrece Internet ya están bastante difundidas, comprendidas y utilizadas de acuerdo a la realidad de cada país o redacción, cuando pretendemos hablar de ¿Cómo escribir para este nuevo medio? Todavía no existe esa uniformidad.

Me refiero a que si en Internet es válido escribir como para el periodismo tradicional por géneros: nota informativa, crónica, reportaje, entrevista, informes especiales, perfiles, ¿Debemos emplear la pirámide invertida o tal vez aplicar el nuevo periodismo, es decir, la interpretativa? ¿Las notas deben ser largas o cortas?

Luego de una búsqueda de información realizada para este trabajo, puedo señalar que todavía no hay suficiente bibliografía que responda a estas inquietudes y en los congresos o reuniones que se realizan sobre periodismo digital aún en las mesas redondas continúa el debate en torno a este tema.

Ante la urgente necesidad que tenemos los profesionales de uniformizar nuestro lenguaje en este nuevo medio, algunos especialistas ya se atreven a sugerir ciertas reglas. Aún no hay consenso, me imagino que esto se dará con el paso de los años y con la masificación de su uso.

Los profesores de la Universidad del País Vasco, Armentina, Caminos, Elexgaray y Merchán, en el libro El Diario Digital sugieren cuatro reglas que se deben

tomar en cuenta al momento de redactar “Titulares informativos y sencillos basados en una oración simple, elaboración de un texto matriz, con los elementos esenciales de la información, los links sustituirán a las entradillas al destacar los elementos más importantes de una noticia y la división del texto en párrafos con un máximo de 25 líneas”. (Armentina, Caminos, Elexgaray y Merchán, 2004).

Como una muestra de que aún no existe uniformidad al momento de señalar la forma cómo se debe escribir en periodismo digital, consigno en este informe la opinión de Leonard Sellers, profesor de periodismo en la Universidad de San Francisco, quien sugiere tomar en cuenta tres aspectos: “una noticia no puede ocupar más espacio que el recogido en una pantalla de ordenador, con el objetivo de no recurrir a los cursores, no insertar enlaces en la información, sino al final de ésta para evitar que el visitante se vaya a otra página y que el reportero online debe combinar texto, imágenes, sonido y video”.

Por su parte Jacob Nielsen, gurú de la facilidad de uso en Internet, recomienda estructurar los artículos en dos o tres niveles de titulares, además de enfatizar a aquellas palabras que puedan captar más fácilmente la atención del lector. El especialista apuesta por enfocar determinados aspectos de la información. Incluso señala que el mejor texto para la web es el periodístico clásico: *lead* y cuerpo. Debe ser corto y directo.

Son muchas las sugerencias que ofrece este gurú, las mismas que considero necesario

incluirlas en este informe:

(...) El texto tiene que ser conciso, objetivo y escaneable. Para crear texto escaneable destaque palabras claves, incluya subtítulos informativos, use listas con puntos, desarrolle una idea por párrafo, use la pirámide invertida, reduzca a la mitad o menos el número de palabras usadas en

texto convencional, ofrezca una versión para imprimir. Trozos de audio y video no deben superar los 60 segundos.

Navegando en Internet encontré una página sobre Periodismo Digital donde se señala que la nueva retórica del periodismo digital tiene las siguientes características:

Páginas en lugar de secciones:

(...) El concepto de página deja de tener el sentido de un espacio físico limitado y se asimila al concepto de sección, es decir en el nuevo periódico online se habla de página nacional, la página de deportes, o de la página de opinión. En ese caso se incluye la totalidad de las noticias de cada sección, condensadas en una página electrónica con sus textos íntegros.

En esta misma página se señala que no existe la noticia de cinco columnas. “La importancia de una noticia con respecto a otra se observa en su colocación, si es en la primera, segunda, tercera pantalla, o según las que tenga el periódico *online*. La noticia más importante se presenta en la parte superior, generalmente ocupa todo el ancho de la pantalla o de la parte que le corresponde al contenido”.

Otro aspecto que se debe tomar en cuenta -según esta página-

(...) Es que la valorización de las informaciones también se determina por su tipografía. En Internet no sólo convence al usuario la calidad de la información, también su presentación. La página principal o el home page, es la puerta de entrada al servicio. Hay una gran flexibilización de los formatos: Los textos, las imágenes, sonidos y videos se interrelacionan dando al usuario la máxima capacidad de navegación.

Estos mismos autores también señalan que la fotografía y el color son elementos destacados en Internet. “La prensa *online* puede ganar no solamente en contenido, sino también en dinamicidad visual, si juega con la imagen fotográfica como materia visual” (Armentía, Caminos, Elexgaray, Marchan, 2000, p. 95).

Sin embargo, en este aspecto es necesario mencionar que otros especialistas como Salavarría señalan que debido a los aspectos técnicos, cuando hablamos de periodismo digital lo más importante es el texto, porque no todos cuentan con el ancho de banda suficiente como para poder descargar imágenes con alta resolución como son las fotografías y una de las principales características del navegante de la red es que, ante la inmensa cantidad de información que hay en el ciberespacio, necesita acceder a las ventanas lo más rápido posible. “El consumidor de información de hoy demanda de los medios una información cada vez más profunda y actualizada sobre aquello que le interesa. Reclama imágenes que se lo muestren, sonidos que se lo cuenten, textos que se lo expliquen, y los reclama al instante de haberse producido la noticia” (Salaverria, 2001, p. 393).

No podemos negar que en Internet existe mucha información y que incluso se ha llegado a señalar que no se necesita ser periodista para publicar a través de este medio. Ante esta realidad también podemos afirmar que una de las ventajas que tenemos los periodistas, en medio de esta cantidad de información que circula por el ciberespacio, es que la nuestra sí goza de la credibilidad que no tienen las demás. Poseemos esa ventaja porque estamos capacitados para seleccionar, contextualizar y valorar la información que les mostramos a nuestros lectores.

(...) El periodismo clásico parte de la base de que la información es un bien escaso que hay que buscar. El periodista digital se encuentra justo en el entorno opuesto. Debe localizar todas las fuentes que le interesen, debe procesar la información que le ofrecen, las debe contextualizar y clasificar por unos criterios de prioridad. También debe discriminar entre las fuentes originales y las que utilizan información de segunda mano (Quim, 1999).

Otro valor agregado que le da más credibilidad a nuestro trabajo es que tenemos el respaldo de un medio de comunicación tradicional. Esta es la razón por la cual

algunos especialistas señalan que no debe existir disputa entre los medios de comunicación tradicionales con los de la red, simplemente porque ambos se complementan. Si hablamos de aquellos medios que sólo apostaron por hacer periodismo por Internet tienen un reto mucho más fuerte que es la de marcar la diferencia y demostrar que la información que publican es confiable y ha sido consultada con la fuente adecuada y contextualizada como es debido.

Precisamente, para satisfacer a aquellos lectores exigentes Rosental Calmo Alves en su taller “Periodismo para Internet” señala que:

(...) es necesario construir en periodismo con capas navegables: Ofrecer la información más relevante, un resumen bien hecho de una historia en el nivel más superficial y brindar mayores datos en niveles más profundos... si las diferentes entradas satisfacen la necesidad de información, ofrecen enfoques variados, novedosos y distintos a los que se dan en los medios tradicionales. (Rosental, 2003).

Un aporte importante hace el periodista Quim Gil al coincidir con Rosental sobre la posibilidad de ofrecer información por capas navegables, por ejemplo disponiendo de una primera capa actualizada pero superficial ofrecida gratuitamente y de posteriores capas con acceso restringido de pago. De este modo Quim estaría intentando resolver también uno de los actuales retos de Internet, que es el de generar ganancias económicas a través de este tipo de periodismo, que por cierto todavía no encuentra el camino adecuado para reportar ganancias en términos de dinero. La mayoría de los medios todavía ofrecen información gratuita.

Más allá de la discusión que existe sobre la forma de escribir en Internet, esta herramienta también nos da otras ventajas, entre ellas por ejemplo el hecho de disponer de una capacidad de memoria sin límites y si bien en la actualidad no se puede generar ingresos a través de la información que se ofrece, bien podría utilizarse esta ventaja para

generar esos ingresos que tanta falta les hace a los empresarios para seguir apostando por este nuevo soporte de comunicación.

Quim Gil es claro al señalar que el periodista digital debe trabajar a fondo esta capacidad de memoria que ofrece Internet, inviable en los medios tradicionales, a la hora de contextualizar información, ofrecer backgrounds, utilizar archivos y hacer público el acceso a base de datos en estado puro. “Esta es la vertiente documentalista del periodista digital, que no sólo ofrece un pez en forma de información de archivo, sino que enseña a su clientela cómo pescar en las bases de datos” (Quim, 1999).

Otro de los retos que nos estamos planteando dentro del periodismo digital es también cómo crear un lenguaje universal o escribir para ese público que está diseminado por todo el mundo. La universalidad es otra de las características de Internet. Si publicamos una información, por ejemplo en Lima, ésta puede ser vista en cualquier parte del mundo.

Sobre este tema el periodista Quim señala que debido a que la red es mundial, razón por la cual las posibles audiencias son multiculturales y multilingües, cada medio opta por trabajar sobre una audiencia determinada. “Sería una lástima que un buen periodista digital viera limitada su posible clientela por una simple barrera lingüística” (Quim, 1999).

Como hemos podido apreciar son muchas las interrogantes para las cuales aún no se encuentran respuestas y como ya lo dijeron en una oportunidad “Internet es un nuevo medio que se hace a diario y cuyo ancho camino está aún por recorrer”.

Una de las frustraciones que tenemos los periodistas tradicionales (porque todavía la mayoría de los que hemos incursionado en el periodismo digital aún continuamos escribiendo para los medios convencionales) es la falta de espacio, razón por la cual nos vemos obligados a recortar nuestras notas. Sin embargo, cuando redactamos para la red superamos este inconveniente, porque gracias al hipertexto que nos da Internet tenemos la posibilidad de ofrecer a nuestros lectores el acceso a toda la información relacionada con el tema tratado, ya sea en texto, sonido, e imagen fija o en movimiento, pero sin embargo se nos presenta otra interrogante ¿Los lectores de Internet leen textos muy amplios?

El periodista Edo Bolos es muy didáctico al tratar de explicar sobre la importancia del hipertexto en el trabajo del periodista que va a beneficiar directamente al lector, quien al final decidirá si visita cada uno de los enlaces ofrecidos o sólo los que él considera necesario en el momento que revisa nuestra página:

(...) Una de las novedades más útiles que aportó desde el principio la red, es sin duda, la posibilidad de utilizar el hipertexto, que no es secuencial, no responde a las claves tradicionales de la lectura, sino que se apoya en la capacidad de la mente humana para relacionar ideas, hechos y datos diferentes. Así, a través de links o enlaces incluidos en el texto principal, se facilita el acceso a archivos conectados entre sí” (Bolos, 2001, p. 91).

Debido a la abundante información que circula en la red y al caos que probablemente se puede originar con esta realidad, la personalización de esta información que nos ofrece Internet es una alternativa válida, que ya muchos medios están haciendo viable. El papel del hipertexto es importante en este trabajo porque permite al periodista seleccionar los respectivos enlaces de acuerdo a los intereses particulares, que previamente ya se debe haber determinado sobre nuestro cibernauta.

“Al personalizarse el diario *online*, cada usuario seleccionará la información que quiere conocer. Esto hace que se pueda segmentar el tipo de lectores. Incluso algunas empresas han aprendido esta lección y ofrecen banners o anuncios publicitarios de determinadas características en función del lector habitual de esos temas”, se señala en la página web que visité sobre concepto de periodismo digital.

La tendencia que se observa actualmente es que esta personalización se está realizando a través de grupos de profesionales, de artistas, deportistas, religiosos, amas de casa, estudiantes, ya sean escolares, universitarios o preuniversitarios. Cada uno de estos sectores visita ciertas páginas de acuerdo a sus intereses y comparten direcciones de páginas web, tal como se hace con títulos de libros, películas, bibliotecas, bares, etc.

A diferencia de los medios tradicionales que nos ofrecen la información en un horario determinado o con una periodicidad definida, Internet nos da otra ventaja que es la instantaneidad. Tenemos la posibilidad de publicar nuestra información al momento mismo en que se produce la noticia, en todo caso, en cuanto se termina de redactarla.

No sólo estamos hablando de texto, sino también de la imagen, fotografía y sonido. Un ejemplo claro fue el 11 de setiembre con el atentado a las Torres Gemelas de Nueva York, todos los que se conectaron a Internet vieron en tiempo real cómo el segundo avión explotaba en la otra torre. Sin embargo, es necesario señalar que estas ventajas todavía tienen algunas deficiencias que se mostraron aquel 11 de setiembre. Las páginas colapsaron y las últimas personas que intentaron conectarse no pudieron. Esto nos demostró que todavía Internet está en desarrollo y que superar las deficiencias que suponen el ancho de banda se conseguirá más adelante.

La actualización permanente de los datos, es otra de las ventajas que nos ofrece Internet. A diferencia principalmente de la prensa escrita o de la radio y la televisión, porque tienen horarios establecidos para sus noticiarios, aunque pueden interrumpir su programación para informar, si es que la noticia es de suma importancia, en Internet se puede renovar la información conforme vaya sucediendo.

Si bien la actualización es uno de los aspectos importantes cuando se habla de Internet, los resultados arrojados por la Primera Encuesta sobre Periodismo de Internet en Latinoamérica, realizada por el tiempo.com, nos revela que sólo el 10% de los puntocom de periódicos de América Latina dice actualizar las 24 horas al día. Los fines de semana sólo actualizan el 5% y un 9 % simplemente no actualiza y un 78% dice actualizar su sitio cuantas veces sea necesario.

La participación del cibernauta en la elaboración de los contenidos en Internet tiene un valor agregado. Esta intervención se logra gracias a la interactividad que nos permite este nuevo medio de comunicación. El cibernauta puede opinar sobre su parecer, sobre una nota en particular en primera instancia a través del correo electrónico, que es una herramienta que está al alcance y en tiempo real cuando se navega por Internet. Basta con abrir la ventana, colocar la dirección, escribir el mensaje y enviar, todo esto en menos de dos minutos. Las encuestas, los chats, los foros, son otras alternativas que tienen los cibernautas para expresar sus opiniones, sugerir temas, dar nuevas informaciones, etc.

Para Quim Gil, los periodistas digitales deben concebir su trabajo desde una perspectiva multimedia, atendiendo a elementos como el diseño del interfaz, de la estructura de contenidos, así como de la integración de textos, imágenes, sonido, bases de datos, programas (Gil, 1999).

2.2.5 Periodistas multimedia

Definitivamente, estas nuevas características de Internet también están exigiendo que los periodistas que se atrevan a incursionar en este mundo tengan conocimientos muchos más amplios que para una redacción cualquiera.

En este punto la periodista María Teresa Sandoval Martín es clara al señalar:

(...) Que el nacimiento de los nuevos medios de comunicación al amparo de las últimas tecnologías de la información y de la comunicación está originando que aumente la demanda de profesionales del periodismo conocedores de las herramientas y lenguajes digitales capaces de elaborar los nuevos contenidos, que, como mínimo, son hipertextuales e interactivos. (Sandoval, 2000).

Sobre el particular, ya en 1995 Nicholas Negroponte dijo que “ser digital supondrá la aparición de un contenido totalmente nuevo. Surgirán nuevos profesionales, inéditos modelos económicos e industrias locales de proveedores de información y entretenimiento”. (Negroponte, 1995).

Para que estos nuevos profesionales, previamente entrenados, tengan cabida en el mercado también es necesario que los dueños de los medios de comunicación, las empresas privadas y las autoridades de los organismos públicos e instituciones educativas, etc. tomen conciencia y los contraten para que desempeñen estas labores con eficiencia.

Un factor importante para la formación de estos profesionales también es la preparación que reciben los estudiantes en los centros de enseñanzas. Es necesario que los universitarios salgan al mercado laboral con los conocimientos adecuados para competir en este nuevo medio de información.

Al respecto, la periodista María Teresa Sandoval sugiere:

(...)Las facultades de las ciencias de la información vayan adecuando sus planes de estudio o los profesores vayan introduciendo en sus temarios los conocimientos necesarios para poder ofrecerle al mercado el perfil del profesional de la información que vaya demandando. No cabe duda de que en todos estos casos la capacidad de adaptación y la flexibilidad serán también condiciones que deberán de reunir estos nuevos periodistas. (Sandoval, 2000).

Hasta antes de que emergieran Internet, se hablaba de periodistas especializados en televisión, radio, prensa. Actualmente tenemos que agregar una nueva especialización que es el periodista digital, profesional entrenado para volcar sus conocimientos en el nuevo medio de comunicación denominado periodismo electrónico.

Dentro de la bibliografía que he revisado para elaborar este trabajo, María Teresa Sandoval es una de las autoras que aborda con mayor precisión este punto.

(...) En primer lugar, el periodista que quiera convertirse en un periodista digital debe familiarizarse con el entorno Internet, con la búsqueda de información, con la variedad de fuentes existentes, y con la interactividad que favorece este medio (forum, grupos de noticias, chats, etc. Este profesional necesita además saber editar páginas web con enlaces o hipervínculos y conocer las posibilidades que brinda el hipertexto (Sandoval, 2000).

Como ya mencionamos anteriormente, los periodistas que trabajábamos en la página web de San Marcos nos desempeñábamos como redactores de prensa escrita y seguíamos dependiendo del fotógrafo y del ingeniero de sistemas.

Todavía no tomábamos conciencia del papel que nos correspondía asumir, tal como lo señala Sandoval: familiarizarnos con el entorno de Internet, con la búsqueda de información, con la interactividad, etc. y con el manejo de equipos como cámaras de foto y video digitales.

CAPÍTULO 3

EXPERIENCIA PROFESIONAL EN LA UNIDAD DE LA PÁGINA WEB DE LA UNMSM

El periodista que trabaja en una institución pública o privada debe ver a su oficina de prensa como una sala de redacción, donde recaba información de cada una de las dependencias y la divulga a través de los medios de comunicación que tenga a su disposición.

La Oficina General de Relaciones Públicas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, donde desarrollé la experiencia de la que doy cuenta en este informe, es una sala de redacción, que tiene como fuentes de información a las 20 facultades de la universidad, con sus respectivos centros e institutos de investigación, centros de producción, oficinas de proyección social y centros culturales. Esta información es difundida a través de la revista institucional, la página web o mediante notas de prensa.

3.1 Organización de la Oficina General de Relaciones Públicas

Si bien Oficina de Relaciones Públicas, según el organigrama, depende del Rectorado, esto no debe ser tomado al pie de la letra. Es decir, ella no tiene que estar necesariamente al servicio de las autoridades de turno, como suele suceder en la mayoría de oficinas de prensa de las instituciones. Su misión es, más bien, difundir e informar sobre las diversas actividades académicas y administrativas de la universidad.

Durante el periodo de análisis que cubre el presente informe, la Oficina de Relaciones Públicas difundía informaciones de acuerdo con su importancia y de manera diversificada.

Como la Oficina tenía la revista Campus (distribuida únicamente en el campus universitario), allí se publicaba información de interés para los sanmarquinos. Las noticias de impacto, como resultados de investigaciones u opiniones de las autoridades o investigadores sanmarquinos sobre el acontecer nacional e internacional, se difundían en la página web.

De esta manera se logró que los sanmarquinos viesen ambas publicaciones como medios de información atractivos, y que incluso se sirviesen de ellas para difundir información entre la comunidad educativa.

Y si bien se mostraba el trabajo de la gestión de turno, así como hechos relacionados con actividades oficiales, no se saturaban las publicaciones con la imagen del Rector, ni de las autoridades de la universidad.

Sin temor a equivocarme, puedo asegurar que actualmente todo sanmarquino que organiza una actividad, lo primero que hace es ponerse en contacto con la Oficina de Relaciones Públicas para difundir su evento en la revista, en la página web, en la agenda o como noticia.

De acuerdo con la información publicada en la página web de la Universidad, la Oficina General de Relaciones Públicas es el órgano de apoyo del Rectorado, encargado

de conducir y dirigir el sistema de comunicación social y de relaciones públicas de la Universidad. Además, difunde e informa sobre las diversas actividades académicas y administrativas de la institución.

También, vela por las relaciones de comunicación, información y promoción de los eventos que se realicen, brindando apoyo al desarrollo de la comunicación, información y difusión entre la Universidad, sus estamentos y los organismos externos relacionados con ella.

Para cumplir con sus tareas de difusión y promoción, esta dependencia general produce publicaciones periódicas y eventuales relacionadas con un tema específico, organiza y ejecuta las acciones protocolares y de relaciones públicas, así como también, mantiene actualizada la página web de la Universidad y la comunicación a través de los medios electrónicos.

Según el organigrama de la Universidad, la Oficina General de Relaciones Públicas es un órgano que depende directamente del Rectorado.

Para cumplir adecuadamente con sus funciones la Oficina de Relaciones Públicas estaba organizada de la siguiente manera: el jefe general, nombrado por el Rector y el responsable de toda la oficina; la Unidad de Prensa: integrada por el jefe, dos redactores, un fotógrafo, un camarógrafo, un diagramador, un corrector; la Unidad de Página Web, integrada por el jefe, un periodista, dos ingenieros de sistemas y un

practicante de periodismo, la Unidad de Protocolo, integrada por una jefa y una secretaria y la Unidad de Secretaría, conformada por la secretaria principal de la oficina y el conserje.

El trabajo de las unidades de Prensa y Web era compartido. Así, el fotógrafo estaba al servicio de ambas secciones, pero su prioridad era la Unidad de Prensa, al igual que la correctora y el diagramador.

La Unidad de Prensa editaba la revista mensual Campus generalmente con información sobre las actividades oficiales del Rector y notas de interés sobre la comunidad universitaria (docentes, administrativos y estudiantes). Asimismo, era la responsable de estar en permanente contacto con los medios de comunicación local para informar sobre las novedades de la Universidad, así como de convocar a las conferencias de prensa y atender a los periodistas que necesitaban concertar entrevistas con algún miembro de la comunidad universitaria de San Marcos.

La Unidad de Protocolo era la responsable de organizar las ceremonias que se realizaban en la Universidad y estar pendiente de la agenda del Rector, para acompañarlo en las reuniones que tenía fuera del campus.

La Unidad de Secretaría era la responsable de los temas administrativos de la oficina y coordinaba directamente con el jefe general, así como con cada uno de los jefes de las otras unidades y el personal en general.

3.1.1 La Unidad de la Página Web

La Unidad de la Página Web era la responsable de coordinar y velar por la actualización del portal de la Universidad, espacio donde están alojadas las páginas web de las distintas dependencias de la Universidad y de las 20 facultades.

Además de esta función, esta unidad era la responsable de los contenidos del *home* principal del portal, espacio en el que se publicaban noticias a diario, así como las convocatorias para los cursos, concursos, becas, etc. y comunicados oficiales de la Universidad.

Para que esta unidad cumpla sus objetivos fue fundamental desarrollar un trabajo en equipo entre el jefe y los ingenieros de sistemas, a quienes para este informe se les solicitó sus impresiones sobre su desempeño.

Ellos coinciden al señalar que la experiencia que tuvieron fue enriquecedora porque les permitió interactuar con profesionales de distintas especialidades y porque el periodismo digital es una nueva manera de informar que les supuso desafíos y grandes satisfacciones. (Ver anexo N° 1)

3.1.2 La evolución y rediseño de la página web

La Universidad Nacional Mayor de San Marcos, fundada el 12 de mayo de 1551, es una de las más antiguas de América, es una institución que se moderniza, razón por la cual ha ido evolucionando desde su creación de acuerdo con las exigencias de los tiempos.

Este centro superior de estudios inició sus funciones el 2 de enero de 1553 en la sala capitular del Convento del Rosario de la Orden de los Dominicos con las asignaturas de Teología y Arte, luego se creó la Facultad de Leyes, Medicina, Matemáticas y Ciencias Naturales y así sucesivamente. En la actualidad tiene 20 facultades que ofrecen distintas especialidades.

La historia de San Marcos está ligada con el inicio de la vida universitaria de nuestro continente y como tal siempre ha estado a la vanguardia de los acontecimientos, ya sea en el campo de la investigación como en el uso de las nuevas tecnologías y eso se advierte por ejemplo en los cambios que se han venido dando en su página web.

Inicialmente la página web de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos estuvo a cargo de la Red Telemática, oficina encargada de planificar, administrar y mantener la operatividad de la infraestructura de telecomunicaciones y los servicios informáticos de esta casa de estudios.

En el 2002, la gestión del doctor Manuel Burga Díaz, Rector de San Marcos, le otorga la administración de la página web de la Universidad a la Oficina General de Relaciones Públicas.

Desde entonces, se formó un equipo multidisciplinario, integrado por un responsable, un periodista, dos ingenieros de sistemas y un diseñador gráfico. Posteriormente, debido a la importancia que fue adquiriendo el trabajo se creó la Unidad de la Página Web.

Cuando empezamos el proyecto, la Universidad ya tenía una página web que utilizaba los colores guinda y crema, mostraba información estática y desactualizada y los enlaces estaban distribuidos sin un concepto lógico (**ver imagen 2**).

Entonces, la primera misión del equipo multidisciplinario fue rediseñar la página web, así como actualizar, organizar la información y convertirla en un portal noticioso, donde se mostrarían los resultados del trabajo de la comunidad universitaria sanmarquina. Como periodista del grupo fui la responsable de recabar información para el contenido de las secciones de la página y de elaborar las notas.

Empezamos el proyecto en marzo del 2002. La meta fue publicar la página web rediseñada en mayo de ese mismo año. La presentación fue una de las actividades del programa de aniversario de la Universidad.

Esta nueva página ofrecía un diseño más dinámico, con secciones que ya tenía la primera versión, pero esta vez organizadas de acuerdo con una lógica y se agregaron otras como el espacio de noticias, que sería renovado todos los días. **(ver imagen 3)**

Tiempo después se hizo otro rediseño en la que se mantuvo el mismo color y se incrementaron nuevos espacios para publicar noticias, entre ellas Información General, Destacados, Discursos de Interés, Especiales, Eventos, etc. y es la que se mantiene hasta la actualidad. **(Ver imagen 5).**

Imágenes de la evolución de la Página Web de UNMSM

1 Página web de la UNMSM antes del rediseño (05/03/2002)



Imagen1

2 El primer rediseño de la página web (10/05/2002)



Imagen 2

3 Nota publicada sobre el primer rediseño de la página web (10/05/2002)



Imagen 3

4 Segundo rediseño (imagen captada el 02/11/2008)

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE
SAN MARCOS

Facultades | Correo | Directorio | Mapa web

República del Perú

Gestión Institucional Convenios y Becas Estudiantes Postulantes Agenda

Lima, 2 de noviembre de 2008

Decana de América

La Universidad
El Rector
Vice Académico
Vice Investigación
Secretaría General
Decanos
Esc. Postgrado
Áreas académicas

Admisión
Admisión 2009-I
Centro Pre
Arte y Cultura
Publicaciones

Fondo Editorial
Servicios al estudiante

Bienestar
Reforma universitaria

Matrículas
S.U.M.
Matricúlate
Consulta Académica

Informática
Centro de informática
Red Telemática

Trabajo de tesis en Ciencias Biológicas
Avanza investigación del VIH-Sida

c.u. 31-10-2008 Contribuir al conocimiento de los mecanismos involucrados en la defensa del sistema inmune contra la infección del Virus de Inmunodeficiencia Humana (VIH) es el principal aporte de esta investigación, la cual se centra en analizar el grado de presencia de 6 citoquinas, entre ellas las interleuquinas 4, 6 y 10 en personas con VIH... (ver más)

R.R. Nº 04675-R-08: Directiva sobre el uso de central telefónica 6197000
SUTUSM: Listas Oficiales y Cronograma de Elecciones 2008 - 2010

Con su poemario Chozo en 1978
"Efraín Miranda instaló una revolución en las letras"

c.u. 30-10-2008 La obra poética de Efraín Miranda (Puno, 1925) es innovadora al ofrecernos una mirada...

Cuatro décadas ofreciendo el mejor cine club universitario
Rebeldía y juventud

c.u. 29-10-2008 Una programación de lujo engalana este aniversario

INTERCAMBIO VIAL
av. venezuela - av. universitaria

:: Especiales
Ver más especiales »

:: Discursos de interés
Discurso pronunciado por el Rector en sesión solemne del 457 Aniversario
Discurso del Doctor Virgilio Roel Pineda con ocasión del 457

Coloquio
Filosofía del Lenguaje y Lingüística
31 de octubre
» Más eventos...

TRANSPARENCIA UNIVERSITARIA

O.I.C.I.
Órgano de Inspección y Control Interno

Foro Internacional
28 al 30 de octubre
Alianza Estratégica

Calidad académica
OCCAA
Curso Internacional
7 y 8 noviembre

Atención Egresados
Sanmarquinos

Club UNMSM

Sistema de Bibliotecas
Biblioteca digital
Catálogo en línea

CENTRO CULTURAL

MUSEO DE HISTORIA NATURAL

Imagen 4

6 **Página web actual (29/06/2009)**



Imagen 5

3.2 Mi experiencia profesional

Trabajar en la Unidad de la Página Web de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos me permitió descubrir que Internet también era un campo donde los periodistas podíamos ejercer la profesión. Por aquella época se creía que los ingenieros de sistemas eran los únicos que deberían laborar en una página web.

Sin embargo, los mismos periodistas tuvimos que convencernos de lo contrario. Recuerdo que, en la oficina, una de las colegas periodistas preguntó por qué un periodista formaba parte del equipo de la página web. Creo que con el tiempo debe haberlo comprendido, porque actualmente ella es la responsable de contenidos de la página web de San Marcos.

En esos años también aprendí a trabajar con un equipo multidisciplinario, conformado por periodistas, ingenieros de sistemas y diseñadores, cada cual aportando lo mejor de sí y aprendiendo del otro. Cada día adquiríamos nuevos conocimientos, tanto periodísticos como tecnológicos.

3.2.1 Cronología

Debo señalar brevemente que mis prácticas profesionales las realicé en 1996 en la revista católica Misión sin Fronteras, de la Congregación Los Combonianos; luego pasé a la revista Defensor del Pueblo, dedicada a los temas municipales de las zonas de Miraflores, San Isidro, San Miguel y Magdalena; en ambos medios de comunicación redactaba notas informativas y reportajes.

Luego entré en 1997 a practicar a la Oficina de Relaciones Públicas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, donde también redactaba notas informativas para la revista que se editaba mensualmente. Al año siguiente formé parte de los practicantes de la Agencia Peruana de Noticias Andina, medio donde redacté todo tipo de notas, desde espectáculos hasta políticas, pasando por locales, nacionales, económicas, deportivas y culturales. A diferencia de otros medios, en esta agencia los periodistas no estábamos encasillados en una sola sección, como practicante, era lo mejor que me podía pasar.

El diario El Callao también fue otro de los medios donde trabajé. Allí mi labor era redactar las notas relacionadas con el presidente de la República, así como los editoriales del diario. Nuevamente, en 1999, regresé a la Oficina de Relaciones Públicas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, esta vez contratada.

Como redactora de esta oficina mi función era elaborar las notas para las dos revistas que se editaban, así como tomar fotografías y filmar las actividades del Rectorado. Otra de mis misiones era la elaboración de la síntesis de noticias, que consistía en revisar los principales periódicos del país (El Comercio, La República, El Peruano, Expreso) y recortar las notas sobre la Universidad y las de interés para la Universidad.

Paralelo a este trabajo también colaboré en algunos medios como la revista turística Rumbos, el diario El Peruano y seguía publicando notas en la revista católica Misión sin Fronteras, una de las cuales fue reproducida en la revista Mundo Negro, de España. Hasta esta etapa de mi vida profesional no estaba relacionada con Internet.

En cada uno de los medios de comunicación donde trabajé, puse en práctica la teoría aprendida en la universidad y también tuve que adquirir nuevos conocimientos, cuando me embarqué en el reto del periodismo digital.

Con toda la experiencia acumulada en la Unidad de la Página Web me integré a un equipo de investigadores multidisciplinarios de la Universidad de San Marcos y pasé a ser responsable del área de comunicaciones de cada uno de los proyectos (texto, imágenes y video) a las que agregué el periodismo digital y las herramientas que nos ofrecen las nuevas tecnologías como el weblog, boletines electrónicos, bases de datos, sistemas de búsqueda, etc. Actualmente, soy responsable de los contenidos de la Página Web de la Fundación San Marcos y de la publicación de las noticias de su weblog.

3.2.2 Funciones

La primera misión que nos planteamos fue rediseñar la página web de la Universidad y convertirla en un portal de noticias con información de interés para la comunidad universitaria, y en especial para los medios de comunicación.

Una de las funciones de una Oficina de Prensa es mantener un contacto permanente con los medios de comunicación local (radio, televisión, prensa y, últimamente Internet).

En el 2002 en un curso de periodismo que llevé en el Centro Cultural de la Universidad Católica, el periodista Federico Salazar subrayó que el trabajo en una

oficina de prensa no se reduce a enviar una sola nota de prensa con el mismo contenido a todos los medios sin distinción.

"Los editores necesitamos notas atractivas e interesantes y, si es posible, que no tengamos la necesidad de redactarlas nuevamente. Si es que nos llegan este tipo de notas serán las primeras en ser publicadas. Sin embargo, la mayoría de las oficinas de prensa se empeñan en resaltar el nombre de su institución y el de su jefe de turno. Obviamente éstas irán a parar al tacho de basura".

Precisamente, tomamos como punto de partida esta enseñanza y decidimos que las notas que publicaríamos en el portal de San Marcos tendrían que ser: interesantes, e importantes, si es posible listas para ser publicadas en cualquier medio de comunicación.

Con el deseo de satisfacer la necesidad de información de los medios de comunicación, y por ende de los lectores, decidimos incursionar en el mundo del periodismo digital. Subrayamos que las noticias que se publicarían en la página web tendrían que ser de interés periodístico, sobre todo para divulgar los trabajos científicos y académicos que se realizan en las escuelas profesionales e institutos de investigación, unidades de postgrado y museos de la Universidad. Dejamos bien claro que las notas institucionales se publicarían en el Boletín San Marcos al Día, cuyo público objetivo era la comunidad sanmarquina.

Nunca perdimos de vista que la Página Web tiene un alcance internacional, razón por la cual no solo pensábamos en el público sanmarquino, sino también en los

lectores del resto del mundo. Al momento de seleccionar las noticias lo hacíamos también pensando en los medios de comunicación local, porque otro de nuestros objetivos era que nuestras notas sean publicadas en las ediciones diarias.

La cobertura del Proceso de Admisión del 2002 fue una muestra de que la Página Web de San Marcos podía ser utilizada como un medio de comunicación eficaz. Desde el inicio del examen se difundieron notas con información sobre el proceso y el momento crucial fue cuando, por primera vez en la historia de San Marcos, el mismo día del examen de admisión se publicaron los nombres y las fotografías de los 10 alumnos que ocuparon los primeros puestos en el cómputo general.

Hasta entonces, la presentación oficial de estos alumnos se realizaba al día siguiente en una conferencia de prensa, recién allí los medios de comunicación podían tomar las fotografías de rigor y entrevistar a los flamantes sanmarquinos. La periodista encargada de hacer la cobertura de este examen fue la autora del presente informe.

3.2.2.1 Redactora de contenidos

Mi función principal era la redacción de las notas que se publicaban en la página. Los lunes nos reuníamos con el jefe de la unidad para elaborar el cuadro de comisiones de la semana. Antes de esta reunión yo elaboraba propuestas de notas que se las planteaba al jefe, quien también proponía temas que salían a partir de las actividades oficiales de las autoridades: Rector y vicerrectores.

Durante la semana mi misión era concertar entrevistas y cubrir actividades de las autoridades. Por ejemplo, si se le otorgaba un Honoris Causa a una persona, en esa comisión entrevistaba al homenajeado, dependiendo de la coyuntura, sobre su trayectoria o sobre algún tema particular.

Cuando me tocaba hacer una nota sobre una conferencia cubría la información con anticipación. Uno de los artículos que publiqué fue sobre la mesa redonda "La Violencia Política y sus secuelas en la Educación Universitaria 1980-2003" que se realizó en la Facultad de Psicología. Entre los expositores figuraban miembros de la Comisión de la Verdad y Reconciliación, así como el coronel Benedicto Jiménez, creador del Grupo Especial de Inteligencia Antiterrorista, que elaboró y ejecutó el Plan Victoria que condujo a la captura del líder senderista Abimael Guzmán. Para esta nota entrevisté al coronel Benedicto Jiménez, porque el tema de la mesa redonda era las secuelas de la violencia política en la universidad. De este modo, en la página web ofrecíamos más información a nuestros lectores interesados en el tema y empezamos a utilizar el hipertexto, una de las características que ofrece Internet, haciendo enlaces a la página de la Comisión de la Verdad, específicamente al capítulo sobre el informe CVR sobre la violencia en las universidades.

En este medio aprovechamos la hipertextualidad de Internet. A diferencia de la revista, donde el espacio es limitado, en Internet tenemos la posibilidad de ampliar las notas y ofrecer a los lectores más información sobre los artículos.

Por ejemplo, si redactaba una nota sobre el resultado de una investigación en el Museo de Historia Natural, como parte de las actividades por el 85 aniversario del

Museo, además del artículo se incluía el programa completo, se hacía un enlace con la página web del museo, así como con las revistas de la universidad que tienen otras investigaciones que se realizaron en este lugar.

Mis principales fuentes de información eran los institutos de investigación, los centros de producción, las innovaciones que se desarrollaban en la Red Telemática, los aportes de nuestros investigadores en el campo de la salud, la minería, las humanidades, etc. Incluso las declaraciones del Rector y demás autoridades, sobre determinados temas, como la gratuidad de la enseñanza, el presupuesto universitario, Ley Universitaria, etc., proporcionaban también información que me permitía publicar notas en el portal.

3.2.2.2 Actualización de las secciones

Noticias hoy

Este espacio era como una pizarra para recordar a nuestros navegantes sobre las actividades que se realizaban en el día, que se supone ya habían sido publicadas como noticia, en el banner o en la agenda. Fue creado debido al incremento de la información que llegaba a la redacción a través del correo electrónico y porque nos pedían que ésta se halle visible en el *home*. Me encargaba de revisar todos los días la agenda cultural que tenía la página web para seleccionar las actividades que se desarrollaban en el día y coordinar con el ingeniero de sistemas para que las publicara en Noticias hoy. En este espacio también teníamos la oportunidad de emplear el hipertexto.

Banner

Este espacio nos permitía publicitar las actividades más importantes que se desarrollaban en la Universidad, como por ejemplo el proceso de admisión 2003 en el pre y postgrado, un congreso internacional o nacional en cualquiera de las facultades, una exposición en algunas de las salas sanmarquinas. Generalmente colocábamos dos a tres actividades, luego de una selección rigurosa entre todos los miembros de la Unidad. Mi función era velar porque este espacio esté actualizado.

Agenda

Era uno de los espacios más importantes de la página donde se publicaba con un mes de anticipación, como mínimo, el programa y toda la información sobre congresos, conferencias, simposios, cursos, talleres, becas, festivales de cine, teatro, música, etc. La mayoría de las notas informativas eran sacadas de este enlace, el cuadro de comisiones era elaborado tomando en cuenta este espacio.

Mi misión era seleccionar la información para mantenerla actualizada. Principalmente, obtenía esa información a partir del Boletín San Marcos Al Día, de los correos enviados por las distintas facultades y dependencias de la Universidad, así como de los afiches publicados en los todos los paneles de la Universidad.

Con este espacio fui testigo de cómo los miembros de la comunidad sanmarquina fueron asimilando la importancia de la página web como medio de comunicación. Si bien inicialmente para actualizar la Agenda debíamos buscar la

información en cada una de las facultades y dependencias, con el tiempo, los mismos organizadores nos traían los datos a la oficina. Luego de este importante paso, teníamos que dar el siguiente: lograr que la información entregada sea en formato digital, ya que inicialmente nos la daban en papel. Eso significaba doble trabajo, porque teníamos que transcribirla antes de publicarla. También logramos este objetivo.

Información general

Aquí se publicaban los comunicados oficiales de la Universidad o los diversos cronogramas como matrícula, entrega de carnés de biblioteca, cronograma de inscripción para admisión, resultados de simulacros, informes de auditorías, convocatorias a becas, a concursos, relación de ingresantes, convocatorias a Asamblea Universitaria, etc. Mi función también era mantener actualizado este espacio, coordinar con el jefe para definir los temas que se mostrarían y con los ingenieros de sistemas para que lo publiquen. En ocasiones este espacio nos quedaba pequeño por la cantidad de información que teníamos.

Novedades

Este espacio nos permitía informar a nuestros visitantes sobre las novedades que se publicaban en la página web. No olvidemos que en el portal de San Marcos se encuentran las páginas de las 20 facultades con sus respectivas escuelas profesionales, y cada una de sus dependencias. Es como una vitrina para mostrar lo último que se había publicado, como por ejemplo que la Biblioteca Central había elaborado una nueva página web sobre Cybertesis.

Mi labor era mantener actualizado este espacio, para lo cual una vez a la semana navegaba por todo el portal de la Universidad y visitaba cada una de las páginas alojadas para seleccionar las novedades. Este ejercicio me permitía revisar el flujo de información que mostraban las distintas facultades o dependencias, las mismas que me servían para actualizar las otras secciones como Agenda, Banner, Noticias Hoy.

Visite

Este enlace era parecido al anterior. Servía para publicitar espacios específicos como: Biblioteca Virtual, Postales, Reseñas Bibliográficas, Exposiciones Bibliográficas, etc. Mi función era estar atenta a las novedades para proponer al jefe y actualizarlo.

Ventana emergente

Utilizamos esta herramienta para publicar comunicados importantes como convocatorias a Asamblea Universitaria, comunicados de último minuto, o incluso publicidad de algunas actividades importantes.

Cada uno de estos espacios era renovado constantemente, previa coordinación entre los integrantes de la Unidad. Como uno de nuestros intereses es mantener la página actualizada, mi labor era coordinar con el jefe y los ingenieros.

El correo electrónico

Para acceder a la información y redactar las notas, inicialmente tuvimos que lidiar con la indiferencia de nuestras fuentes de información. Los primeros meses sólo publicábamos una nota al día, pero, y debido al efecto positivo que causó el portal, nos vimos obligados a publicar más noticias.

A medida que pasaban los días el correo electrónico fue adquiriendo una vital importancia, porque a través de este medio empezamos a medir el nivel de aceptación de nuestro público objetivo. Siempre tomamos las críticas como un punto a favor. Primero, porque significaba que nos estaban viendo y segundo, porque nos permitía ver nuestras debilidades. Cada una de las críticas era analizada por todo el personal de la web (jefe, ingenieros y redactores), tomábamos en cuenta las sugerencias, porque sabíamos que la subsistencia de una página web está en directa proporción a la satisfacción que brinda a sus usuarios.

La respuesta inmediata a los correos electrónicos que nos escribían a diario fue una de nuestras metas, porque de este modo nuestros lectores comprobarían que en la página web de San Marcos estaban pendientes de sus requerimientos. En el mundo digital cuando no nos contestan un correo en el menor tiempo posible es una señal de que en esa página no están tomando en cuenta la interactividad con el lector, que es otras de las características de Internet. Precisamente, para no descuidar este aspecto, en la oficina cada uno de los miembros teníamos la responsabilidad de contestar los correos de acuerdo al tema de nuestra competencia.

La Fotografía

El manejo de la fotografía en la Página Web también es importante. Antes de que la oficina adquiriera una cámara digital teníamos problemas con la difusión rápida del material fotográfico. Si bien publicábamos una nota inmediatamente después de ocurrido el suceso, no podíamos hacer lo mismo con la fotografía. Mientras el fotógrafo iba al laboratorio a revelarlas, las notas se difundían con imágenes de archivo. Precisamente, en el Proceso de admisión del 2002 tuvimos ese problema. Otra de mis misiones también era seleccionar las fotografías para cada una de las notas que se publicaban.

3.2.2.3 Editora de contenidos

En la Unidad de la Página Web los practicantes de periodismo eran estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de San Marcos. Empezamos con uno, pero debido al incremento del trabajo llegamos a tener tres. Entonces ya no solo era redactora, sino también mi misión era supervisar el trabajo que realizaban los practicantes.

En el transcurso de la semana seleccionaba temas para el cuadro de comisiones con información que recababa del boletín San Marcos al Día, del correo electrónico y, principalmente, de los datos que traían los practicantes al hacer el recorrido por cada una de las facultades.

A una redacción de un medio de comunicación las notas de prensa llegan a diario, pero en el caso de la Unidad de la Página Web no teníamos esa ventaja. Entonces, nuestra misión era salir a conseguir esa información. Esa labor, importante y sacrificada, la hacían los practicantes.

Los principales lugares que visitaban eran los centros de investigación, los centros de producción y los centros de proyección social. Obviamente revisaban los paneles de las facultades, donde se publicaban los avisos de las convocatorias. Este recorrido se hacía también en los locales que estaban fuera de la Ciudad Universitaria, como las facultades de Medicina Humana, Medicina Veterinaria, Museo de Historia Natural, Centro Cultural, etc., posteriormente ya no fue necesario ir al Centro Cultural porque diseñaron su propia página web, con información actualizada y su boletín electrónico, que me permitía seleccionar la información de interés desde mi oficina. Simplemente aplicaba el hipertexto y hacía el enlace respectivo.

Otra de las fuentes de información que utilicé para elaborar el cuadro de comisiones fue la página web del Consejo Superior de Investigaciones, en la que publicaba la lista de los proyectos de investigación de los docentes. De esta relación sacaba el cuadro de comisiones para las entrevistas de la semana. El objetivo era mostrar los resultados de las investigaciones que se realizaban en San Marcos.

Utilizaba estas fuentes de información porque no eran cubiertas por la Unidad de Prensa de la Oficina. Generalmente los colegas de esta unidad cubrían actividades oficiales de las autoridades como ceremonias, firmas de convenios, entregas de títulos honoríficos (Emérito, Honorario, Honoris Causa, etc.) o visita de autoridades de otros

países, por ello otras de mis misiones era revisar el boletín San Marcos al Día y seleccionar las noticias que podrían ser publicadas en la página web. Generalmente escogía notas de interés nacional.

La revisión de periódicos como El Comercio, la República, El Peruano, Expreso, también me permitía definir temas de coyuntura y seleccionar a los especialistas sanmarquinos para que opinen al respecto.

3.2.2.4 Reuniones de planificación

Los lunes en la mañana nos reuníamos el equipo de prensa con el jefe para elaborar el plan de trabajo de la semana y hacer el cuadro de comisiones. Para esta reunión se les pedía a los practicantes que trajeran sugerencias de posibles temas que podrían ser abordados en la semana.

Luego de cada comisión, coordinaba con los practicantes para definir el ángulo de la nota y, una vez que estaba redactada me la enviaban para editarla y posteriormente, luego del visto bueno del jefe, publicarla en la página.

Eventualmente también participaba en las reuniones con los dos ingenieros de sistemas y el jefe. Los temas que se abordaban eran sobre la necesidad de la creación de nuevos espacios y la organización de la información en la página web, así como el diseño de la página.

3.2.2.5 Envío de noticias a Universia

Universia es el portal de los estudiantes, espacio donde se publica información generada por todas las universidades. Mi función era entonces seleccionar las notas más importantes de San Marcos y enviarlas por correo electrónico para que sean publicadas en Universia, y luego tenía que revisar la página para evaluar qué notas habían sido tomadas en cuenta.

3.2.2.6 Coordinación con los ingenieros de sistemas

Los ingenieros de sistemas eran los profesionales que se encargaban de subir las notas a la página web. Mi misión era coordinar con ellos para que sean publicadas correctamente, para lo cual les entregaba las notas con sus respectivas fotografías y leyendas.



Imagen 6. Trabajo de coordinación del equipo de la página web

De igual forma, para la actualización de los otros enlaces (Banner, Agenda, Noticias Hoy, Información General, Novedades, Visite, Ventana Emergente) les entregaba la lista de las informaciones que tenían que ser retiradas y de las que debían ser actualizadas con la información previamente seleccionada y editada.

3.3 Logros y limitaciones

La apuesta de las autoridades de turno, presididas por el entonces rector Manuel Burga Díaz, por el desarrollo de las nuevas tecnologías en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, así como del entonces jefe de la Oficina General de Relaciones Públicas, Eduardo Toche Medrano, permitió que formara parte del equipo multidisciplinario que asumió la responsabilidad de trabajar en la Unidad de la Página Web de San Marcos.

Esta Unidad estaba integrada por el jefe, un psicólogo organizacional con especialización en periodismo digital y nuevas tecnologías, un egresado de ingeniería de sistemas, un estudiante de ingeniería de sistemas, una bachiller en periodismo y tres practicantes, estudiantes de comunicación social.

Trabajar con un equipo multidisciplinario integrado por ingenieros de sistemas y periodistas fue una experiencia enriquecedora, porque no solo adquirí nuevos conocimientos como periodista, sino también conocí el lenguaje de estos profesionales como anchos de banda, HTML, IP JPG, etc., y desde entonces mi labor siempre está ligada a ellos.

Debo mencionar que la forma de trabajo de mi jefe directo, Denis Dávila Picón, también fue decisiva para que esta experiencia fuera positiva. Él depositó su confianza en cada uno de los profesionales que formábamos parte de su equipo y siempre estuvo dispuesto a escuchar opiniones y sugerencias, así no concordaran con las suyas. Logramos formar un equipo muy sólido, donde teníamos la libertad de opinar o discrepar con el único objetivo de obtener buenos resultados.

Asimismo, fue un factor importante la amplia libertad que nos dieron el jefe de la Oficina General de Relaciones Públicas, como el mismo Rector, para manejar la página web, nunca fuimos obligados a publicar información que no estaba dentro del plan de trabajo, siempre respetaron las propuestas de la Unidad de la Página Web.

Del mismo modo, tuvimos libertad para explorar las nuevas herramientas tecnológicas y aplicarlas en la Página Web de San Marco, como sucedió con el *weblog*, las galerías de fotos, el *podcast* (archivos de audio de contenido diverso), el RSS (sindicación de contenidos), etc.

Desde que se inició el proyecto el apoyo de la Alta Dirección de la Universidad fue plena. Cuando nos propusieron asumir la responsabilidad de la Página Web de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos todavía no existía la Oficina de la Página Web, su creación se dio por una necesidad imperiosa y porque así lo entendieron las autoridades de turno.

Uno de los requerimientos que presentamos en el perfil del proyecto fue la dotación de equipos de cómputo de última generación (en ese entonces Pentium IV), la

creación de puestos de trabajo para dos ingenieros de sistemas y la contratación de practicantes de periodismo. La solicitud fue aceptada, incluso con el paso de los años se logró ampliar el ancho de banda de Internet, lo que permitió que los sanmarquinos pudieran navegar en la red con un poco más de velocidad, aunque no tanto como en la Universidad Autónoma de México, uno de nuestros puntos de referencia.

Las autoridades de la Universidad dieron un paso importante al apostar por el empleo de las nuevas tecnologías. Gracias a esa política San Marcos tiene a su disposición un nuevo medio de comunicación, que permitió que un equipo multidisciplinario de profesionales (periodistas, ingenieros de sistemas y diseñadores) pudiésemos mostrar al mundo el trabajo que realizaba la comunidad sanmarquina.

Sin embargo, pese al apoyo de las autoridades universitarias tuvimos limitaciones. Para atender la demanda de las 20 facultades y cada una de las dependencias de la Universidad, era necesario que en la Oficina de la Página Web trabajaran más ingenieros de sistemas y periodistas.

Del mismo modo, la falta de servidores de última generación, como el insuficiente tamaño del ancho de banda que tenía la Universidad, no nos permitieron utilizar todas las herramientas que nos ofrecía Internet, como por ejemplo la multimedialidad.

Asimismo, la falta de cámaras fotográficas y de videos digitales para la Unidad de la Página Web, también fueron elementos que nos limitaron el desarrollo del periodismo digital.

A partir de mi experiencia en esta unidad me atrevo a señalar algunas recomendaciones:

- Para que el proyecto logre sus objetivos y se consolide con los años se debe tener el número de profesionales necesarios e idóneos, así como los equipos de cómputo adecuados.
- Sabemos que el avance de la tecnología es vertiginoso y los profesionales de estas áreas deben actualizarse y capacitarse.
- Sensibilizar a las autoridades y a la comunidad sanmarquina sobre la importancia del empleo de Internet, para lo cual se deben realizar charlas, conferencias y cursos sobre este punto.
- Para que el manejo de información en la página web de la Universidad sea más dinámico es necesario que todas las facultades y dependencias tengan conciencia de esta realidad y envíen su información a la Oficina de Relaciones Públicas, si es por correo electrónico muchísimo mejor. Debe ser una norma, algunas facultades ya lo entendieron. Es necesario formar un sistema de comunicación adecuado. Todas las facultades ya tienen su unidad de informática, solo falta crear la de imagen institucional, de este modo se podría iniciar una comunicación directa entre estas oficinas y la Oficina General de Relaciones Públicas.

- Es necesario que en cada una de las dependencias de la Universidad se contrate un profesional especializado en Internet para que se dedique a tiempo completo a la actualización de su Página Web.

Es cierto que el presupuesto de la Universidad no es suficiente como para contratar más personal. Sin embargo creo que, si se deciden, se podría lograr este objetivo. Un ejemplo claro es Colombia, país donde se impulsó el Gobierno Electrónico. En una conferencia realizada por INICTEL, una de las representantes de este proyecto señaló que inicialmente se vieron obligados a emitir una Resolución donde se les pedía necesariamente tener una página web, para lo cual les dieron dos alternativas: contratar un personal especializado o capacitar a uno de los trabajadores que ya estaban en el área. La especialista manifestó que bastó este documento para que todos acataran la orden y en el camino, luego de comprobar la importancia de Internet, ellos mismos vieron la necesidad de mejorarla cada día y comprar máquinas adecuadas para estas áreas. Se me ocurre que en San Marcos podríamos aplicar este sistema.

- Con respecto a la redacción de las notas sería necesario que los periodistas estudiemos mucho más el lenguaje del periodismo digital y apuntemos cada vez más a ser periodistas digitales, con capacidad de redactar, tomar la foto, editar un video y colgar las notas en Internet en tiempo real, es decir inmediatamente después de ocurrido los hechos.

3.4 Lecciones aprendidas

Definitivamente mi experiencia en la Unidad de la Página Web de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos fue enriquecedora, senté bases sólidas en mi desarrollo como periodista digital que me permitieron embarcarme en nuevos proyectos y desafíos en el campo digital.

Sin embargo, debo admitir que mientras formé parte de este proyecto, le dediqué más tiempo a perfeccionarme en la redacción de las notas y no me involucré mucho en el campo técnico. Como los ingenieros de sistemas siempre estuvieron a mi disposición, la tarea de editar las fotos, de colgar las notas en Internet siempre se las dejaba a ellos y como también tenía un fotógrafo, me alejé de la fotografía, y más aún de la cámara de video digital, creía que de ese trabajo se debían encargar el camarógrafo de la Unidad de Prensa.

Recién entendí que debía manejar estas herramientas cuando salí de la Unidad de la Página Web y asumí otras responsabilidades, en las que ya no formaban parte de mi equipo de trabajo los ingenieros de sistemas, ni el fotógrafo ni el camarógrafo. Entonces, reconocí que aún no era una periodista digital como lo exigen los nuevos tiempos y no me quedó otra alternativa que subsanar ese vacío y comencé a utilizar la cámara fotográfica, a editar las fotografías, a emplear la filmadora, a subir los videos y las notas a Internet.

Debo señalar que esto no significa que los ingenieros de sistemas ya no forman parte de mi equipo, siguen siendo necesarios, porque el trabajo multidisciplinario siempre es más enriquecedor.

También estoy convencida de que si estamos inmersos en el mundo digital, la actualización debe ser permanente. Continuamente están saliendo al mercado nuevas herramientas que debemos incorporar en nuestro trabajo cotidiano, por ejemplo si estamos en el mundo del weblog hay que estar enterados que ya están a disposición herramientas como el Slideshare (<http://www.slideshare.net/>), que nos permite subir diapositivas; el Scribd (<http://www.scribd.com/>), que nos facilita subir textos en todo tipo de formato o el Issuu (<http://issuu.com/>), que convierte documentos PDF en un objeto flash y lo muestra a manera de revistas.

CAPÍTULO 4

HACIA UN ANÁLISIS DE CONTENIDO

Realicé este análisis en mi calidad de editora y redactora de contenidos, porque quería ver cuánto de la teoría de periodismo digital se aplicó en el trabajo que desarrollamos en la página web de la Universidad.

El análisis se centra en la página principal (home page), donde se muestran las secciones de la página (Noticia principal, Noticias secundarias, Especiales, Para recordar, Reportajes e informes, Información general, Titulares de la semana, Banner y Agenda, Destacados y Visite).

Es necesario señalar que para este trabajo hice el análisis de contenido con dos muestras, debido a que desde su relanzamiento la página web de la universidad tuvo dos rediseños y obviamente con sus respectivos cambios, tanto en la parte técnica, como en la periodística. La primera muestra fue en el 2004 entre enero y febrero. La segunda fue en el 2005, en este año se analizó el lunes 16 de mayo, sólo fue un día.

Mi campo de análisis fue de 5 semanas, escogí un día por cada semana, con la intención de tener más variables y observar los cambios que se podrían dar. Si bien, las noticias eran renovadas todos los días, había espacios como los de Reportajes e Informes, que no eran actualizados a diario, así como el de Eventos, en el que los cambios los hacíamos de acuerdo con la información que teníamos disponible.

Las fechas escogidas en el 2004, en la primera muestra, fueron: lunes 12 de enero, martes 20 de enero, miércoles 28 de enero, jueves 05 de febrero y viernes 13 de febrero.

4.1 Análisis de las muestras

4.1.1 Primera muestra

Esta muestra fue realizada entre el 12 de enero y 13 de febrero de 2004. El objetivo fue analizar el trabajo realizado en ese periodo.

Secciones analizadas de la página web	Fechas analizadas en el 2004
1.-Nota principal	12 de enero
2.-Notas secundarias	20 de enero
3.-especiales	28 de enero
4.-Para recordar	05 de febrero
5.- Reportajes e informes	13 de febrero
6.-Información general	
7.-Titulares de la semana	
8.-Banner	
9.-Agenda	
10.-Destacados	
11.-Visite	

1º Cuadro. Secciones de la página web y fechas

La parte periodística del home page de la Página web está dividida en tres bloques. En el primero se publica la nota principal, con su respectiva volada y titular y

el primer párrafo, que va incluido con una fotografía. En este espacio también está el enlace Actividades del día que nos servía como un recordatorio para que los visitantes de nuestra página conocieran las actividades académicas, artísticas, deportivas, culturales que se realizaron ese día.

En el segundo bloque, se consignan otras tres noticias y en el tercero se muestra la información general donde se publican las convocatorias, actividades de la universidad, comunicados, etc. y los titulares de las noticias que se han publicado en la semana.

a) Primer día: lunes 12 de enero del 2004

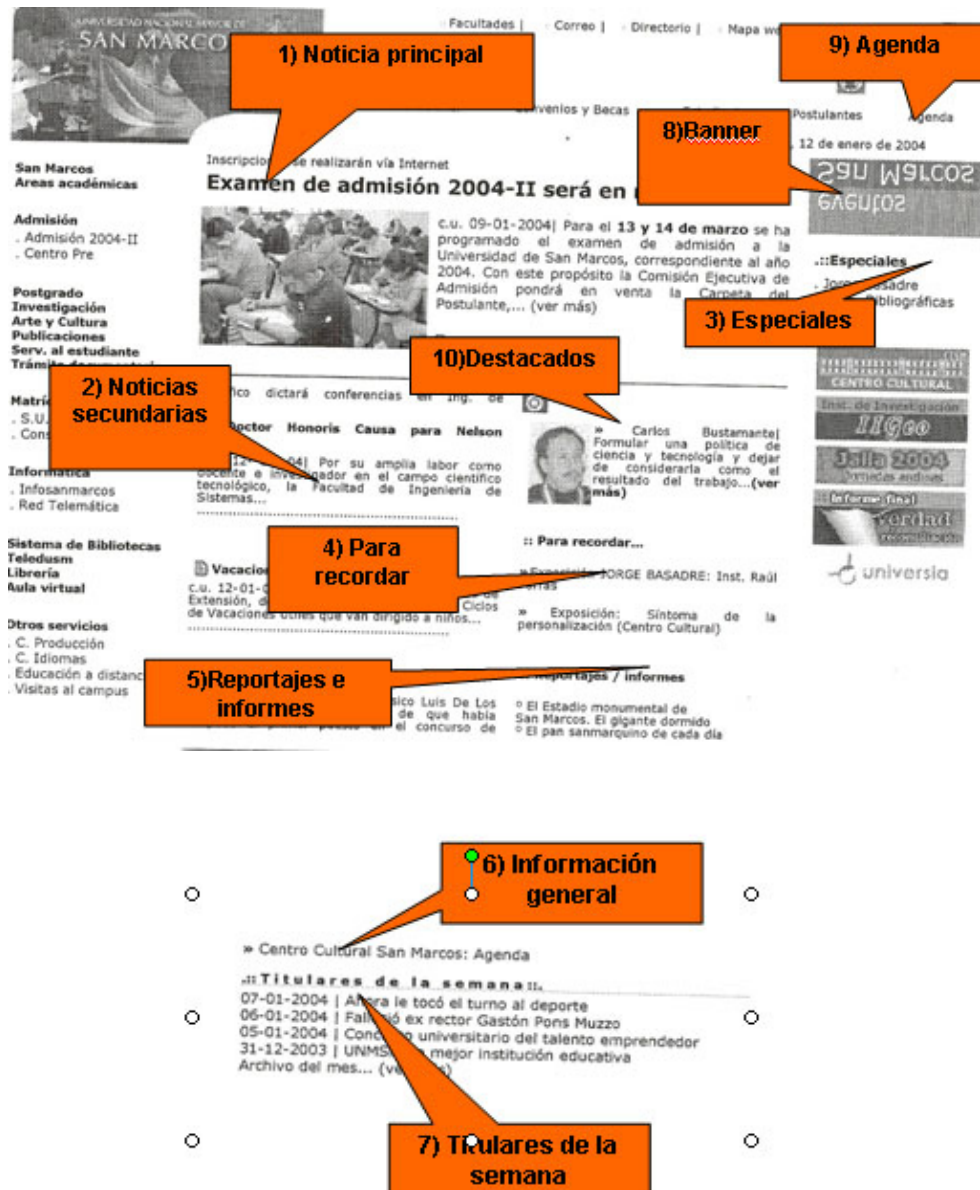


Imagen 6.

1.-Noticia principal

La noticia principal del lunes 12 de enero del 2004 fue la convocatoria para el examen de admisión 2004-II., razón por la cual se publicó en primer plano y fue con la que se abrió el portal de ese día. En la página de San Marcos jerarquizamos las notas de acuerdo a la importancia que tienen. El proceso de admisión concita la atención de más de 50 mil postulantes y de sus respectivas familias y era una razón inobjetable para que se muestre como primera noticia y con fotografía.

En esta nota se utilizó una volada: “Inscripción se realizará vía Internet” y el titular fue “Examen de Admisión 2004-II será en marzo”. La nota fue informativa, donde se respondían las famosas 5 w. En este artículo fue de importante el uso del hipertexto, que nos permitió hacer el enlace a la página de admisión, donde estaba publicada la información detallada sobre el referido proceso de admisión. (<http://www.admision.unmsm.edu.pe/>).

La información completa de esta nota se lee en otra página. En el home principal de San Marcos sólo se muestra la volada, el titular, el primer párrafo y la fotografía principal, así como las otras tres noticias complementarias, las cuales sólo van con su volada, titular y primer párrafo. Las fotografías se publican, si es que son necesarias.

2.-Noticias secundarias

La segunda nota de este día fue: “Doctor Honoris Causa para Nelson” y la volada fue “Científico dictará conferencia en Ingeniería de Sistemas”. La fotografía de

este investigador fue publicada en la siguiente página, junto a la nota completa, que también fue informativa.

La tercera nota, publicada con las mismas características que la anterior. Fue “Vacaciones útiles en San Marcos”, en este caso ya no se le colocó la volada, ni fotografía, pero sí se aprovechó el hipertexto, una de las facilidades que ofrece Internet, se le hizo el enlace a las páginas web de las facultades de Educación y Psicología, donde se publicaba la relación de los cursos que se ofrecían.

En la cuarta nota “Premian a físico sanmarquino”, tampoco se empleó la volada. Este artículo fue más amplio con una entrevista al premiado y con un recuadro que complementa la nota. Allí se explica la importancia de la conductividad, tema que le permitió al estudiante acceder al premio.

3.-Especiales

En este espacio se publicó una entrevista al doctor Carlos Bustamante, investigador peruano que trabaja en la universidad de Berkeley, quien visitó Lima con motivo de un encuentro científico internacional. La nota se presenta con un gorro, donde se hace un resumen de sus datos biográficos. La entrevista es tipo preguntas y respuestas, de dos páginas, que vendrían a ser tres pantallas de computadora. Se incluye una fotografía de archivo del entrevistado.

En esta nota también se empleó el hipertexto. Se hizo un enlace con la página del evento (ECI-Perú: <http://www.cienciaperu.org/>) y otra al (IPEN: <http://www.ipen.gob.pe>)

4.-Para recordar

Es un espacio donde se publicaba la información relevante de la página y los enlaces nuevos. El día del análisis se mostraba dos avisos: una exposición sobre el historiador Jorge Basadre en el Instituto Raúl Porras Barrenechea y la otra denominada: “Síntoma de la personalización” en el Centro Cultural.

5.-Reportajes e informes

En el home page se publica sólo el título de los dos reportajes de este espacio con un respectivo enlace a una nueva página.

- El título del primero fue “El gigante dormido”, se trata de un reportaje sobre el estadio de San Marcos, de tres páginas en papel y en computadora de cuatro pantallas. Está elaborado como para un medio tradicional con datos históricos y de archivo y una entrevista a uno de los voceros de la Universidad. Tiene cuatro fotografías. La primera es del estadio en general, la segunda es el rostro del rector; la tercera es una panorámica del estadio desde el aire, la cuarta es una foto detalle de las tribunas, con gente incluida y la última es del vocero de la Universidad.

- El titular del segundo reportaje es “El pan sanmarquino de cada día”. Está redactada como para la prensa escrita, con datos recopilados a través de entrevistas a distintas fuentes relacionadas con el tema. También se incluyen estadística. Es una nota amplia de cuatro carillas impresas en papel y si lo vemos por pantalla serían cuatro. La nota va acompañada de 5 fotografías, todas son temáticas sobre la panadería y los panes. Los entrevistados no son tomados en cuenta en las fotos.

6.-Información general

En este espacio se publican tres convocatorias: la primera es sobre las Becas Alban;, la segunda, sobre el Plan anual de abastecimientos de la universidad y otra, es la agenda del Centro Cultural.

7.-Titulares de la semana

En este espacio se conservan los titulares de las noticias que se han publicado anteriormente.

- 1.-Ahora le tocó el turno al deporte
- 2.-Falleció ex rector Gastón Pons Muzzo
- 3.-Concurso universitario del talento emprendedor
- 4.-UNMSM, la mejor institución educativa.

8.- Banner

En el banner en movimiento ubicado en la parte superior del extremo derecho de la pantalla, se publicitan titulares de las actividades académicas, culturales, deportivas, sociales y todo tipo de convocatorias que se realizan en la Universidad. Este espacio nos lleva al enlace de eventos donde se publicitaron cuatro actividades, cada una con información sobre fecha, hora, lugar, ponentes, costos, etc.:

- 1.-Programa de actualización docente, verano 2004. Facultad de Ciencias Físicas.
- 2.-Diplomado internacional en derecho registral y notarial
- 3.-Congreso: imagen de la muerte
- 4.-Jornadas andinas.

9.-Agenda

En este espacio se resaltan 2 actividades que se realizaban durante ese día (Curso de locución y Seminario internacional de filosofía), 2 actividades en la semana (Cursos de veranos y de deporte) y 3 actividades en ese mes (Cursos de verano en Letras, Exposición bibliográfica sobre Jorge Basadre y I Congreso Latinoamericano de Ciencias Sociales). Las personas que desean ver más actividades pueden entrar a los demás enlaces y buscar.

10.- Destacados

Se muestra las primeras líneas de una entrevista realizada al científico peruano Carlos Bustamante. La nota va acompañada con una pequeña fotografía de su rostro.

11.- Visite

En este día no se muestra este enlace

Conclusiones

En las notas que se han publicado no se emplea el lenguaje periodístico que algunos autores ya lo vienen sugiriendo: titulares informativos y sencillos, un texto matriz y conciso, destacar palabras, incluir subtítulos informativos. Las notas son redactadas como para una publicación impresa.

Hay un empleo tímido del hipertexto y en el caso de la multimedialidad solo se utiliza la fotografía, no se complementa la nota con videos y sonidos y menos se practica la interactividad, porque ni siquiera se muestra el correo electrónico de los autores de las notas para que los lectores puedan intercambiar sus opiniones o enviar sugerencias

b) Segundo día: martes 20 de enero del 2004

The image shows a screenshot of the San Marcos University website as of January 20, 2004. The page layout includes a header with navigation links, a main content area with a large article, and several sidebars. Numbered callouts identify the following sections:

- 1) Noticia principal:** Points to the main article titled "Por la renovación de la Asamblea de Rectores" (For the renewal of the Assembly of Rectors).
- 2) Noticias secundarias:** Points to the left sidebar containing various university news items.
- 3) Reportajes e informes:** Points to a section titled "Reportajes e informes" (Reports and information).
- 4) Información general:** Points to a section titled "Información General" (General Information) listing university events and programs.
- 5) Titulares de la semana:** Points to a section titled "Titulares de la semana" (Headlines of the week) listing recent news items.
- 6) Banner:** Points to a banner image at the top of the main article.
- 7) Destacados:** Points to a section titled "Destacados" (Highlights) featuring a list of featured articles.
- 8) Agenda:** Points to a section titled "Agenda" (Calendar) listing upcoming events.
- 9) Especiales:** Points to a section titled "Especiales" (Specials) featuring special content.
- 10) Para recordar:** Points to a section titled "Para recordar" (To remember) featuring a list of memorable events.

Imagen 7

1.-Noticia principal

El titular de la noticia principal de este día fue: “Por la renovación de la Asamblea Nacional de Rectores”, con la volada: “Propuesta del ingeniero Roberto Morales, rector de la UNI”. Fue una información de dos páginas, que convertidas en pantallas serían también dos.

En realidad, esta no fue una noticia. Se publicó un documento que el rector de la UNI había presentado en la Asamblea Nacional de Rectores, acompañado con una sola fotografía temática.

2.-Noticias secundarias

La segunda nota fue: “Entregan constancia de exoneraciones de pago”, con una volada que decía: “Autoridades sanmarquinas”. Es informativa de apenas 6 párrafos. Se incluye una fotografía donde se observa que el rector de San Marcos otorga la credencial a un postulante. En esta nota sí se hizo dos enlaces: a la página de la Oficina de Admisión

(<http://www.admision.unmsm.edu.pe>) y un enlace directo a la página del postulante (<http://www.unmsm.edu.pe/Postulantes/index.asp>).

La tercera nota fue: “Se inauguró sala de navegación Universia”, con una volada: “Internet para más sanmarquinos”. También es informativa de cuatro párrafos, con una fotografía, donde se muestra a las autoridades que participaron en la ceremonia.

La cuarta nota fue sobre: “Capacitación a distancia para educadores”, la volada fue: “las tutorías y evaluaciones serán en línea”. También fue informativa, complementada con un recuadro con datos de teléfonos, direcciones. Es de dos páginas, que contando por pantalla serían tres. Se hace un enlace a la página web del programa: (<http://www.unmsm.edu.pe/educacion/centro.htm>)

3.-Especiales

La volada de esta nota es: “La hoja de coca”, que se complementa con el titular: “Sin solución a la vista”. Es una entrevista de preguntas y respuestas a un especialista sanmarquino. Tiene una introducción sobre la situación del cultivo de la coca en el país. Va con una fotografía del rostro del entrevistado y se incluye el crédito del periodista.

En este día los enlaces Para recordar, Reportajes, Especiales y los Banner se mantuvieron igual que la semana del 12 de enero.

4.-Para recordar

Se publicaron dos informaciones: Una exposición sobre Jorge Basadre, en el Instituto Raúl Porras Barrenechea y otra exposición denominada Síntoma de la personalización, que se llevó a cabo en el Centro Cultural de san Marcos.

5.-Reportajes e informes

Se mantuvieron los mismos temas de la semana anterior: “El estadio monumental de San Marcos”, “El gigante dormido” y el “Pan nuestro de cada día”.

6.-Información General

Se publicaron 5 convocatorias, dos eran nuevas con respecto a la anterior fecha analizada: de la Escuela de Postgrado y la de la ANR, sobre el Concurso Nacional del Libro Universitario

7.-Titulares de la semana

Se publicaron 4 titulares de noticias que fueron publicadas en el transcurso de la semana.

- 1.-Escuela de Postgrado convoca a proceso de admisión 2004
- 2.-Inauguran aula de navegación por Internet
- 3.-Reeligen a Francisco Delgado de la Flor.
- 4.-Examen de admisión 2004-II será en marzo.

8.- Banner

Este espacio nos conduce al enlace de eventos, donde se publicitaron siete actividades, de las cuales 3 eran nuevas:.

- 1.-Jornada Científica Internacional

2.-Curso de Capacitación para profesores de educación secundaria.

3.-Vacaciones útiles 2004.

9.-Agenda

En el enlace Hoy se publican tres actividades (Taller de sonido digital, Taller de edición no lineal y Conferencia: modelaje de problemas de optimización en grafos); en Esta semana 3 (Programa de capacitación y actualización psicopedagógica, Cursos de verano en Sociales y Cursos de actualización pedagógica); y en el mes (Cursos y talleres en el Centro Cultural, Exposición: rescates, dos años de adquisiciones y cursos de verano en Letras).

10.- Destacados

Se muestra las primeras líneas de una nota sobre la hoja de coca con una entrevista al doctor Fernando Cabieses. Va acompañada con una pequeña fotografía de su rostro.

11.- Visite

No se muestra este enlace

Conclusiones

Se observa predominio de las notas informativas y todas redactadas como para una publicación escrita. Aunque hay una entrevista amplia con preguntas y respuestas. Se utiliza muy poco el hipertexto, se desperdicia este recurso. La multimedialidad, así como la interactividad están ausentes, no se utiliza el video, el audio y menos el chat, las encuestas en línea o los foros, que podrían poner en contacto a los lectores con los responsables de la página.

c) Tercer día: miércoles 28 de enero del 2004

The image shows a screenshot of the San Marcos website from January 28, 2004. Numbered callouts identify the following sections:

- 1) Noticia principal:** Points to the main headline "Sistema de cálculo de los incas" with a sub-image of Inca ruins.
- 2) Noticias secundarias:** Points to the left sidebar containing links like "Admisión", "Postgrado", and "Informática".
- 3) Reportajes e informes:** Points to the "Proyección de documental sobre la Guerra del Pacífico" article.
- 4) Información general:** Points to the bottom section titled "Titulares de la semana" listing various university events.
- 5) Destacados:** Points to the "DESTACADOS: Entrevista" section.
- 6) Banner:** Points to a decorative graphic element.
- 7) Titulares de la semana:** Points to the "Titulares de la semana" list at the bottom.
- 8) Agenda:** Points to the "Agenda" link in the top navigation bar.
- 9) Especiales:** Points to the "Especiales" section on the right, featuring "Jorge Basadre" and "Expo. Bibliográficas".
- 10) Para recordar:** Points to the "Para recordar..." section, which includes "Exposición JORGE BASADRE" and "Exposición: Síntoma de la personalización".

Other visible text on the page includes "Fundada en 1551", "San Marcos Áreas académicas", "Lima, 28 de enero de 2004", "Facultades", "Correo", "Directorio", "Mapa web", "Convenios y Becas", "Estudiantes", "Postulantes", "República", "Actividades del", "Sistema de Bibliotecas", "Teleduc", "Líbreria", "Aula virtual", "Otros servicios", "C. Producción", "C. Idiomas", "Educación a distancia", "Visitas al campo", "Usted es el Visitante", "1728294", "© 2004 UNMSM. Oficina General de Asesoría Jurídica", "Teléfono : 619-7000 anexo 3", "Ciudad Universitaria, Av. Vicerrectorado", and "universia".

Imagen 8

1.-Noticia principal

El titular de la noticia principal de este día fue: “Sistema de cálculo de los incas” con una volada que decía: ingeniero italiano afirma haber descubierto nuevo sistema contable. Es una nota informativa de nueve párrafos, que convertidas en pantallas de computadora serían dos. En esta nota sucedió algo que me parece necesario señalar: el día que visité la página para sacar la muestra de análisis, en esta nota aún no estaban incluidos los enlaces que posteriormente, cuando la volví a visitar el 22 de agosto de 2005, ya estaba enlazada a tres páginas relacionadas con el tema. Este detalle nos muestra que en Internet la constante actualización es posible, en este caso, las omisiones pueden ser subsanadas, lujos que no podemos darnos en un medio escrito, salvo con una fe de erratas.

Se publican dos fotografías temáticas. También va el crédito del autor del artículo. Esta nota va como principal porque el tema es de interés mundial y bien puede ser revisada en cualquier lugar del mundo. De este modo, se cumple la universalidad de las notas, otra de las herramientas que nos ofrece Internet.

2.-Noticias secundarias

La segunda nota fue: “Proyección del documental sobre la Guerra del Pacífico”. No tiene volada. Es una nota sumamente corta de apenas tres párrafos, obviamente responde a las cinco w, pese a ser tan pequeña en este caso sí se hizo un enlace a otro informe que se publicó sobre el conflicto que hubo sobre la Guerra con Chile (<http://www.unmsm.edu.pe/Destacados/contenido.php?mver=7>). Es necesario señalar

que cuando volví a visitar esta página (22 de agosto del 2005) ya no estaba la nota en el archivo correspondiente.

La tercera nota fue sobre: “Hidroponía aplicada en San Marcos”, la volada: Facultad de Ciencias Biológicas. Es una nota informativa que se publica a raíz de un curso que se dictará en la Universidad. También se complementa con una entrevista a la catedrática que dictará el curso. Es un artículo de 9 párrafos. Se publican dos fotografías temáticas y se hacen cuatro enlaces a páginas relacionadas con el tema. Cabe señalar que el día que visité la red nuevamente (22 de agosto de 2004) esos enlaces no estaban funcionando.

El título de la cuarta nota de este día fue: “Fundación Ford Lanza cuarta convocatoria de becas”, la volada: “El programa no tiene edad límite para postular”. También es una nota informativa. Lleva una fotografía temática. Es una nota pequeña de 6 párrafos.

A diferencia de las demás notas, en este caso el enlace a la página de la Fundación Ford se hace en medio de la nota. En la mayoría de los casos se hace al final de cada artículo, tomando en cuenta lo que se dice al respecto: “para no distraer la atención de nuestro visitante y pueda seguir en nuestra página y no nos abandone”.

3.-Especiales

El titular de este informe es “Chile y Bolivia: atrapados y sin salida”. No tiene volada. Se trata de un informe sobre los eternos conflictos que existe entre Perú, Chile y Bolivia. Para tal efecto se entrevistó a dos expertos sanmarquinos y también se revisó datos de archivos con información de la coyuntura de entonces. Es una nota amplia de 5

páginas en papel, y seis por pantallas de computadora. Se incluye una nota informativa. Una entrevista de preguntas y respuestas a uno de los expertos, así como recuadros con datos estadísticos.

En esta nota se observa que en el diseño de la publicación no hay cuidado; es decir, no hay mucha diferenciación entre la nota informativa y los recuadros. Apenas si están separados por líneas punteadas, cuando se les podría dar más vida, por ejemplo separarlas por colores. Es necesario recordar que, si bien, algunos autores señalan que los cibernautas prefieren más el texto, el diseño es un complemento ideal que permite que nuestras páginas estén bien presentadas.

En el caso de las fotografías, apenas si se publica el rostro de los dos entrevistados y ni una sola imagen temática. Se me ocurre que se podría haber publicado un mapa limítrofe de los tres países en mención, incluso hacer infografías de las zonas en conflicto. Una foto del lago Titicaca podría haber sido un buen complemento, porque es un tema mencionado en la nota. Del mismo modo, con los hipertextos. Si la autora de la nota, se hubiera dado el trabajo de buscar algunos enlaces habría encontrado diversos en cualquiera de los tres países o incluso algunos artículos de otros medios de comunicación que en esos días estaban publicando notas al respecto. En esta nota también aparece el crédito de la periodista.

En este día los enlaces: Para recordar, Reportajes, Especiales y los banner fueron los mismos que durante la semana del 12 de enero.

4.- Para recordar

Continúan las dos informaciones de la semana anterior: “Exposición Jorge Basadre en el Instituto Raúl Porras Barrenechea” y la exposición “Síntoma de la personalización”, realizado en el Centro Cultural de San Marcos.

5.-Reportajes e informes

Se mantiene la misma información de la semana anterior: “El estadio, monumental de San Marcos: el gigante dormido y el Pan sanmarquino de cada día”.

6.-Información general

En este espacio continúan las cinco informaciones que estuvieron la semana anterior.

7.-Titulares de la semana

Se publica 5 titulares (con sus respectivos enlaces) de los artículos que se publicaron durante la semana:

- 1.-Concertación por la investigación, la ciencia y la tecnología.
- 2.-Seminario por una nueva gestión cultural del Estado.
- 3.-Ciencias Sociales implementará Diplomado en Políticas de Juventudes.
- 4.-Las mejores universidades del mundo y las universidades peruanas.
- 5.-Por la renovación de la Asamblea Nacional de Rectores.

8.-Banner

Este espacio nos lleva al enlace de eventos donde se publicaron 10 actividades, de las cuales 3 fueron nuevas, con respecto a la semana anterior. Cada una de ellas con la información correspondiente como fecha, hora, lugar, ponentes, costos, etc.:

- 1.-Talleres ecológicos de campo
- 2.-Cursos de capacitación en Psicología
- 3.-Cursos de actualización en el Centro Cultural

9.-Agenda

En el enlace Hoy se destacan tres actividades (Curso: Hidroponía aplicada, Documental: Epitafio de una guerra y Taller sonido digital), también se destacan tres actividades de la semana (Actividades en el Centro Cultural del 26 de enero al 1 de febrero, Cursos de actualización pedagógica, Exposición: síntoma de la personalización) y 3 actividades que sobresalen en el mes (Cursos y talleres en el Centro Cultural, Exposición: rescates, dos años de adquisiciones, y Cursos de verano en Letras).

Cabe señalar que este espacio es uno de los más importantes porque de aquí salen muchos de los artículos que se amplían para la Página Web y para las notas que se publican en *San Marcos Semanal*, que es el órgano oficial de publicación. También para los navegantes es importante, porque en un análisis de visitas que realizó la Unidad de Pagina Web de la oficina, los resultados arrojaron que este enlace era el más visitado,

10.- Destacados

Se muestra las primeras líneas de una nota sobre el problema limítrofe entre Chile, Bolivia y Perú. La nota va acompañada con una pequeña fotografía del rostro del doctor Gustavo Pons Muzzo, uno de los entrevistados.

11.- Visite

No se muestra este enlace.

Conclusiones

En la información publicada este día predominan las notas informativas, como en los casos anteriores redactadas como para un medio de comunicación escrito. Las fotografías continúan sin ser explotadas, da la impresión que se colocan por cumplir y no son imágenes actualizadas.

Como es una constante en este análisis se observa que no es utilizada la multimedia, aún no se toma en cuenta el video, el audio y las infografías. Incluso el diseño de las páginas no está muy bien elaborado, no se combinan adecuadamente los colores. La hiperactividad sigue ausente, ni siquiera los créditos y los correos de los autores de la nota son incluidos, y tampoco los demás elementos que permiten el contacto entre los lectores y los responsables de la página están presentes como el chat, las encuestas en línea o los foros. El hipertexto es la única herramienta que se utiliza

pero de manera tímida, aún no es asimilada por los redactores como parte de su trabajo utilizar esta herramienta.

d) Cuarto día: jueves 5 de febrero de 2004

The screenshot shows the homepage of the Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) website as of February 5, 2004. The page features a header with navigation links like 'Facultades', 'Correo', 'Directorio', and 'Mapa web'. A main banner (8) advertises the 'Premio Internacional de Relatos "Los Cachorros" 2004'. A large news article (1) is titled 'Alberto Sánchez: 10 años en el exilio'. Other sections include 'Noticias secundarias' (2), 'Destacados' (10) with an interview with Jorge Basadre, 'Reportajes e informes' (5), 'Especiales' (3), and a 'visite' (11) section. A sidebar on the left lists various university services like 'Admisión', 'Postgrado', and 'Bibliotecas'. A date stamp at the top right reads 'Lima, 5 de febrero de 2004'.

This screenshot shows two specific sections of the UNMSM website. The top section, 'Información General', lists various university events and announcements, such as 'Escuela de Postgrado: maestrías y doctorados' and 'Fundación Ford lanza 4ta. convocatoria'. The bottom section, 'Titulares de la semana', lists recent news items with dates, including 'Sanmarquinos se imponen en concurso de ESAN' and 'Premiado en Cumbre de las Américas'. Callout 6 points to the 'Información general' section, and callout 7 points to the 'Titulares de la semana' section. The footer contains copyright information for 2004 UNMSM.

Imagen 9

1.-Noticia principal

El titular de la noticia principal de este día fue: “Premio Internacional de Relatos Los Cachorros 2004”, con una volada que decía: “Instituto Cultural Iberoamericano Mario Vargas Llosa”. Es informativa de 7 párrafos, que abarca una pantalla y media de computadora. Lleva una imagen editada entre la fotografía de Vargas Llosa y el libro Los Cachorros.

2.-Noticias secundarias

La segunda nota fue: “Luis Alberto Sánchez: 10 años en el recuerdo”, con una volada: “Mesa redonda”. Esta informativa y pequeña, de apenas 3 párrafos, convertidos en media pantalla de computadora. Se publica una fotografía de Luis Alberto Sánchez.

La tercera nota fue “Impulsarán enseñanza de ética en universidades”, la volada fue: “Curso de ética en Harvard”, otro ejemplo a seguir. Es un informe amplio de tres páginas, es decir, de cuatro pantallas de computadora. Se había entrevistado a tres especialistas en el tema. La nota se publica con tres subtítulos. Tiene igual número de fotografía, dos de ellas temáticas y la otra de uno de los entrevistados. Hay un enlace a una página que está relacionada con el tema y el día que hice el análisis de contenido (24 de agosto de 2004 no estaba funcionando: <http://www.unmsm.edu.pe/Epg/home.htm>)

La cuarta nota fue: “Cómo desterrar la corrupción en la educación peruana”, la volada fue: “Analizaron en el Congreso de la República”. Es una nota informativa

amplia de dos carillas, es decir, de dos y medio de pantalla de computadora. Es muy completa, donde se detalla la participación de cada uno de los ponentes y con cifras bastante completas que le dan solidez a la nota. Se publica una fotografía de escolares en un salón de clases. Se señala que esta nota ha sido tomada de la Oficina de Prensa del Congreso de la República.

3.-Especiales

En este espacio se muestran dos enlaces: a una exposición sobre Jorge Basadre y a las exposiciones bibliográficas virtuales.

4.-Para recordar

Se mantienen las dos informaciones de la semana anterior

5.-Reportajes e informes

Se mantienen los dos reportajes de la semana anterior

6.-Información general

En este espacio continúan las cinco informaciones que estuvieron la semana anterior.

7.-Titulares de la semana

Se publica 4 titulares (con sus respectivos enlaces) de los artículos que se publicaron durante la semana:

1.-Sanmarquinos se imponen en concurso de ESAN.

2.-Premiado en Cumbre de las Américas

3.-Relanzan Fundación Temple -Radicati

4.-Sistema de cálculo de los incas en debate

8.- Banner

Este espacio nos lleva al enlace de eventos donde se publicitaron 12 actividades, de las cuales 2 eran nuevas, con respecto a la semana anterior. Cada una de ellas con la información correspondiente como fecha, hora, lugar, ponentes, costos, etc.:

1.-Curso internacional de Plantas Medicinales

2.-Curso de primeros auxilios e inyectables

9.-Agenda

En el enlace hoy se destacan tres actividades (Taller de formación Pastoral, Taller de sonido digital, Diplomado internacional en derecho registral), también se destacan tres actividades de la semana (actividades en el Centro Cultural del 26 de enero al 01 de febrero, Curso: lenguaje de señas y vacaciones creativas 2004) y 3 actividades que sobresalen en el mes (Cursos de informática en verano, talleres de verano para escolares de primaria y secundaria y talleres sobre la investigación de cuencas y los humedales costeros).

10.- Destacados

Se muestra las primeras líneas de una nota sobre el problema limítrofe entre Chile, Bolivia y Perú. La nota va acompañada con una pequeña fotografía del rostro del doctor Gustavo Pos Muzzo, uno de los entrevistados.

11.- Visite

Se invita a visitar las siguientes páginas web que tiene el portal de San Marcos: REDLIES, Sapanish Program y Proyecto Pachacútec.

Conclusiones

Como en los casos anteriores las notas son redactadas como para un medio de comunicación escrito, no se aplica el lenguaje del periodismo digital. Las fotografías no son las adecuadas y menos aún es aprovechada la multimedialidad que ofrece Internet. La interactividad no está presente porque ni siquiera se coloca el correo electrónico de los autores de las notas para que los lectores puedan interactuar, mucho menos se utilizan las encuestas, el chat o los foros. Hay un escaso uso del hipertexto, son pocas las notas donde se utiliza esta herramienta.

e) Quinto día: viernes 13 de febrero de 2004

The image shows a screenshot of the UNMSM (Universidad Nacional Mayor de San Marcos) website as of February 13, 2004. The page layout includes a header with navigation links (Facultades, Correo, Directorio, Mapa web), a main content area with a large banner and several news items, and a sidebar with various links and resources. Blue callout boxes with white text are overlaid on the image, pointing to specific sections:

- 1) Noticia principal**: Points to the main headline "El Estado debe otorgar reparación a los damnificados y víctimas de la violencia".
- 2) Noticias secundarias**: Points to the secondary news section on the left, including "Mayor rigurosidad y credibilidad en encuestadoras universitarias".
- 3) Para recordar**: Points to the "Importa el Perú" section.
- 4) Reportajes e informes**: Points to the "La rentabilidad de la crianza y el caracol" section.
- 5) Información general**: Points to the "Información General" section at the bottom.
- 6) Titulares de la semana**: Points to the "Titulares de la semana" section at the bottom.
- 7) Banner**: Points to the large banner image showing a group of people.
- 8) Destacados**: Points to the "DESTACADOS: Entrevista" section.
- 9) Agenda**: Points to the "Agenda" section in the top right.
- 10) Especiales**: Points to the "Especiales" section on the right.
- 11) Visite**: Points to the "Visite" section on the right.

The website content includes the following text:

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
Fundada en 1551
San Marcos
Áreas académicas
Admisión
Admisión 2004-II
Centro Pre
Postgrado
Investigación
Arte y Cultura
Publicaciones
Serv. al estudiante

Facultades | Correo | Directorio | Mapa web
Convenios y Becas | Estudiantes | Postulantes

Lima, 13 de febrero de 2004

1) Noticia principal
El Estado debe otorgar reparación a los damnificados y víctimas de la violencia
c.u. 13-02-2004 una reparación a los damnificados y víctimas de la violencia, de acuerdo con el Informe de la Comisión de la Verdad y Reconciliación, según el planteamiento de los principales expositores del foro organizado el jueves 12... (ver más)

2) Noticias secundarias
Mayor rigurosidad y credibilidad en encuestadoras universitarias
c.u. 13-02-04 Han sido cuestionadas más de una vez, pero las empresas encuestadoras siguen siendo, para un sector de la prensa, un termómetro...
Sistema de Bibliotecas
Teleducum
Librería
Aula virtual
Otros servicios
Trabajos y prácticas
C. Producción
C. Idiomas
Educación
Visitas al

3) Para recordar
Importa el Perú
c.u. 13-02-04 ¿Que será de nuestra existencia si se agotase la energía?, tal vez la vida en la Tierra se extinguiría, puesto que los seres vivos...

4) Reportajes e informes
La rentabilidad de la crianza y el caracol
c.u. 13-02-04 ¿Por qué es importante comprender la diversidad y riqueza natural todavía, cuando ésta...

5) Información general
Información General

6) Titulares de la semana
11-02-2004 | Convocan a elecciones para docentes y estudiantes
10-02-2004 | Acreditación de la Educación Superior en el Perú
09-02-2004 | Nueva visión a la autonomía universitaria
09-02-2004 | Curso de Etimología en Animales de Compañía
Archivo del mes... (ver más)

7) Banner
Banner

8) Destacados
DESTACADOS: Entrevista
Pons Muzzo: Si bien, últimos días la petición de Bolivia de una soberanía marítima, que le arrebatara por... (ver más)

9) Agenda
Agenda

10) Especiales
Especiales
Jorge Basadre
Expo. Bibliográficas

11) Visite
Visite
R.E.S.L.I.E.S.
Spanish program
Proyecto Pachacutec

© 2004 UNMSM. Oficina General de Asesoría Jurídica
Teléfono : 619-7000 anexo 736
Ciudad Universitaria. Av. Venezuela 1853072

Imagen 10

1.-Noticia principal

El titular de la noticia principal fue: “El Estado debe otorgar reparaciones a las víctimas de la violencia”, con una volada que dice: “Versiones coincidentes de participantes en foro sobre informe de CVR”. Es informativa de cinco párrafos. Se publica una fotografía temática y otra con la imagen de las personas que asistieron a la conferencia. La noticia es de interés universal, porque trata sobre derechos humanos, tema que incumbe a todas las personas en cualquier parte del mundo.

2.-Noticias secundarias

La segunda nota giró en torno a: “Encuestas: ¿Termómetro político?, la volada es: “Mayor rigurosidad y credibilidad en encuestadoras universitarias”. Es un artículo que lleva el crédito del periodista. Se publica entrevista a dos especialistas en el tema. También se incluyen datos de archivo. Se muestra una fotografía temática y de los dos entrevistados.

El título de la tercera nota es: “Importancia de la energía renovable en el Perú”, con una volada: “Alternativa económica y viable para el desarrollo”. Es una nota informativa de cinco párrafos. Se publica una fotografía temática. También se hace un enlace con una página que se complementa con la nota (<http://www.fonamperu.org/general/energia/renovable.asp>)

La cuarta nota fue: “La rentabilidad de la crianza y comercialización del caracol” con una volada: “Una gran oportunidad para hacer empresa. Es una de las más

completas que encontré en esta página. Es informativa, con datos sobre la importancia de la crianza del caracol, sobre su producción en los distintos países. También se incluye información sobre el curso que se dictará. La fotografía que se publica es temática. Es una de las pocas que tiene leyenda. Incluso se hacen dos enlaces que se complementan perfectamente con la nota.

(http://ar.geocities.com/caracolespatagonicos/informacion_general.htm

<http://www.cricacor.com.ar/introduccion.htm>)



The image is a screenshot of a news article from the website of the Universidad Nacional Mayor de San Marcos. The header includes the university's name, a 456th anniversary banner, and navigation links. The article is titled 'La rentabilidad de la crianza y comercialización del caracol' (The profitability of snail farming and commercialization). It features a photograph of a snail with the label 'Helix aspersa'. The text discusses the global demand for snails, the current state of snail farming in Peru, and upcoming seminars on snail farming and business formation. It also lists the costs for attending these seminars.

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
456 aniversario
1551-12 de mayo - 2007

Facultades | Correo | Directorio | Mapa web | Home

República del Perú

Gestión institucional | Estudiantes | Postulantes | Agenda

NOTICIAS San Marcos al día

Una gran oportunidad para hacer empresa

La rentabilidad de la crianza y comercialización del caracol

c.u. 12-02-2004 | El Perú no deja de sorprender al mundo por la gran diversidad y riqueza natural que posee. Más todavía, cuando ésta contribuye al desarrollo del comercio exterior. En este caso nos referimos, precisamente, al caracol (*Helix aspersa*), que desde tiempos remotos ha sido una fuente de alimentación nutritiva y que últimamente está adquiriendo gran demanda.

Actualmente su crianza es muy rentable a nivel mundial, dada la demanda y el bajo costo de producción. Sin embargo, en el Perú su aprovechamiento, tanto como posibilidad empresarial y alimentación, se encuentra en una etapa incipiente y conscientes de ello el Vicerrectorado Administrativo de la UNMSM a través de la Facultad de Ciencias Contables desarrollará los Seminarios-Taller: '**Crianza de Caracol (*Helix aspersa*)**' a efectuarse el 21 de febrero en el horario de 9:00 a.m. a 5 p.m. y donde se abordarán temas relacionados a la alimentación y producción de estos moluscos. Asimismo, el 22 de febrero de 9:00 a.m. a 1 p.m. continuará el taller con el tema: '**Formación de Empresas - Proyecto caracol**', donde se enseñará a cómo constituir una empresa de caracoles.

Ambos seminarios estarán a cargo de los expositores: Lea García Vázquez, José L. Pino (Biólogos), Urcisio Cárdenas (Ecologista) y Felipe Cook Dañino. El costo de los talleres son los siguientes:

• 'Crianza de Caracol'
Público en general: S/. 80.00
Estudiantes sanmarquinos y de otras universidades: S/. 50.00

• 'Formación de Empresas - Proyecto caracol'
Público en general: S/. 50.00
Para mayores informes de los talleres llamar al teléfono 452-6697 ó dirigirse a la Facultad de Ciencias Contables situado en la Av. Germán Amézaga s/n - Ciudad Universitaria.

Imagen 11. Una de las notas publicada en la página web

3.-Especiales

Se mantiene las dos informaciones de la semana anterior

4.-Para recordar

En este espacio se muestran tres informaciones nuevas con relación a las semanas anteriores: E. A. P. geografía: curso de capacitación, E. A. P. Biología: curso de capacitación y actualización y Exposiciones temporales.

5.- Reportajes e informes

Continúan las dos informaciones publicadas la semana anterior

6.-Información general

En este espacio continúan las cinco informaciones que estuvieron la semana anterior.

7.-Titulares de la semana

Se muestran 4 titulares (con sus respectivos enlaces) de los artículos que se publicaron durante la semana:

- 1.-Convocan a elecciones para docentes y estudiantes.
- 2.-Acreditación de la Educación Superior en el Perú
- 3.-Nueva violación a la autonomía universitaria.
- 4.-Curso de endocrinología en animales de compañía.

8.- Banner

Este espacio nos enlaza con Eventos, donde se publican 13 actividades, de las cuales 1 es nueva, con respecto a la semana anterior. Cada una de ellas con la información correspondiente como fecha, hora, lugar, ponentes, costos, etc.:

9.-Agenda

En el enlace Hoy se destacan una actividad (diplomado internacional en derecho registral y notarial), también se publican tres actividades de la semana (primera Diplomatura en promoción de la salud, Curso: lenguaje de señas, capacitación en química para docentes de educación secundaria) y 3 actividades del mes (cursos de informática en verano, talleres de verano para escolares de primaria y secundaria y talleres: investigando las cuencas y humedales costeros).

10.- Destacados

Se muestran las primeras líneas de una nota sobre el problema limítrofe entre Chile, Bolivia y Perú. Va acompañada con una pequeña fotografía del rostro del doctor Gustavo Pons Muzzo, uno de los entrevistados.

11.- Visite

Se invita a visitar las siguientes páginas web que tiene el portal de San Marcos: REDLIES, Sapanish Program y Proyecto Pachacúetc.

Conclusiones

Es una constante que en las notas analizadas para este informe se observe que no se está utilizando el lenguaje de periodismo digital, todas han sido escritas como para un medio de comunicación impreso. Algunas con cortas, otras muy largas. Con respecto a la fotografía se observa que son escasas y la mayoría no tiene leyendas. La multimedialidad no está presente, no hay enlaces a videos ni sonidos. Si bien, se utiliza fotografía, pero no muestra una galería fotográfica complementada con un video. La interactividad tampoco está presente, no se muestra el correo de los autores de la nota y menos existen encuestas, chats, o foros virtuales, que puedan permitir que el público interactúe con los periodistas o responsables de la página web.

4.1.2 Segunda Muestra

Esta muestra comprende el análisis de contenido del 16 de mayo del 2005, escogí una sola fecha porque quería observar qué cambios se habían producido con respecto a la primera muestra (2004).

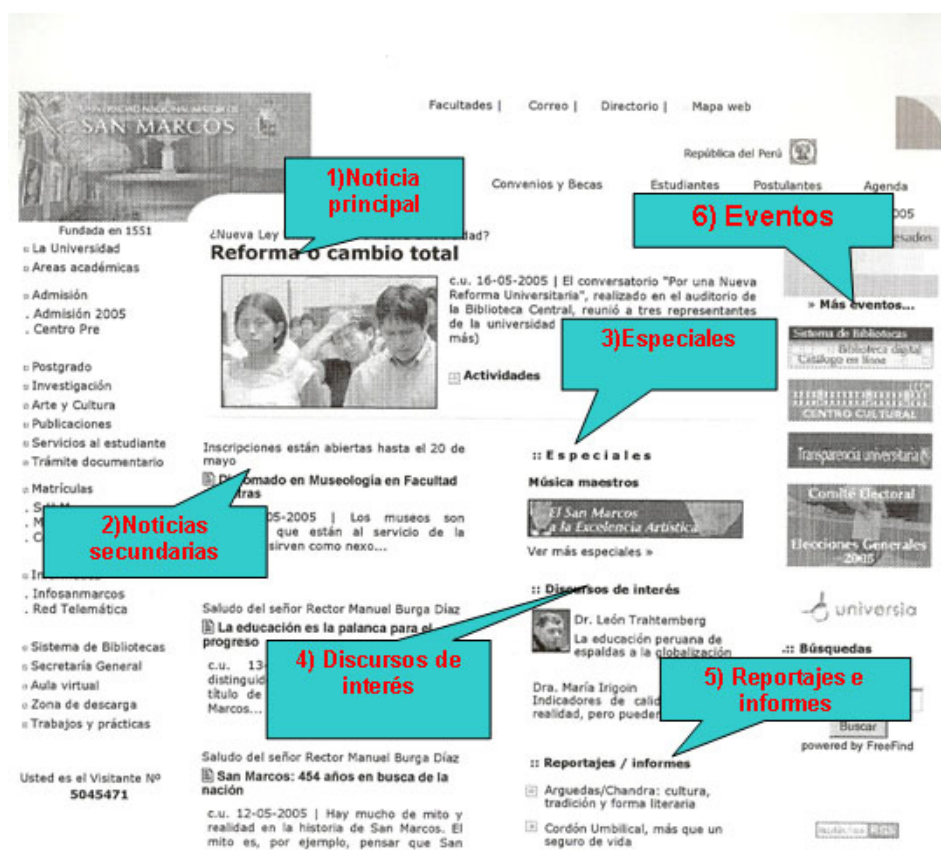


Imagen 12

Secciones de la página web analizadas	Fecha analizas en el 2005
1.-Nota principal	16 de mayo
2.-Notas secundarias	
3.-Especiales	
4.-Discursos de interés	
5.- Reportajes e informes	
6.- Eventos	

2º Cuadro. Secciones y fecha de la segunda muestra

Lunes 16 de mayo de 2005

1.-Noticia Principal

El titular de la noticia principal de este día fue: “Reforma o cambio total” y la volada: “¿Nueva Ley Universitaria o nueva universidad? Es una nota informativa sobre la exposición de los rectores de tres universidades del Perú: Cayetano Heredia, San Marcos y Católica. Es amplia, de tres pantallas de computadora. Se muestra una fotografía temática y el rostro de las tres autoridades.

2.-Noticias secundarias

La segunda nota fue: “Diplomado en Museología en Facultad de Letras” con una volada: “Inscripciones están abiertas hasta el 20 de mayo”. Es informativa de dos pantallas de computadora. Se incluye la información necesaria como precio, costo, fechas, correos, teléfonos y horario de atención. Se publica fotografía temática.

La tercera nota fue: “La educación es la palanca para el progreso”, con una volada: “Doctor Honoris Causa, Juan Ramón de la Fuente, Rector de la Universidad Nacional Autónoma de México”. Es un artículo amplio de cuatro pantallas de computadora. Es la reproducción de la conferencia de prensa que ofreció el doctor de La Fuente la noche que recibió el título de Doctor Honoris Causa. Es una nota con una entrada, donde se explica los motivos de su visita y seguida por una entrevista de preguntas y respuestas que ofreció en la referida conferencia de prensa. Se publica una fotografía en la que De la Fuente está en pleno discurso con su respectiva leyenda. Hay

un enlace a un espacio donde se publica el discurso completo que ofreció la noche de su incorporación el Rector de la UNAM.

La cuarta nota fue: “San Marcos 454 años en busca de la nación”, con una volada: “Saludo del señor Rector Manuel Burga Díaz”. Como lo indica la volada, es un artículo del Rector de San Marcos por el 454 Aniversario de esta Universidad. Se publicó una fotografía temática.

3.-Especiales:

En este espacio se publica una nota principal con su respectivo logo. En este caso fue: “El San Marcos a la excelencia artística” y la volada: “Música maestros”. Hay un enlace que nos conduce a ver más especiales, que nos lleva a una nueva página donde encontramos el resumen de la nota principal con su respectiva foto y de otra nota, previamente seleccionada por su importancia, también con una fotografía. En este caso se trata de: “Hacia la acreditación de la universidad y las escuelas de Postgrado”. Cada una de estas nos llevan a nuevas páginas donde se publican las notas completas. En el primer caso tiene un párrafo de introducción en el tema y complementada con 11 fotografías y sus respectivas leyendas sobre la noche de gala que se realizó por el aniversario de San Marcos. Del mismo modo, en la segunda nota se muestra una amplia información sobre el tema abordado con sus respectivas fotografías.

Cabe señalar que los artículos para este espacio son seleccionados de acuerdo a la importancia que tiene. Son artículos que han sido publicados durante la semana y se actualizan cada 15 días.

En este espacio las notas especiales están divididas en:

-Informes

Se muestra en el home page, el 16 de mayo se publicaron 14 artículos de diversos temas que van desde la “Ley del Libro”, “Segunda reforma o nuevo proyecto de universidad”, “La isla botánica de la ciudad”, “Somos libres revisitado”, “Planeta tierra está derritiéndose”, “La inmadurez del fútbol peruano”, Los artículos están relacionados con San Marcos, el quehacer universitario y con la coyuntura, donde opinan especialistas sanmarquinos como es el caso de “La hoja de coca (Fernando Cabieses)”, “Chile y Bolivia: atrapados y sin salida (Gustavo Pons Muzzo)”.

-Entrevistas

Se publicaron 4 entrevistas a personajes destacados como el sociólogo Hugo Neira, el coronel Benedicto Jiménez, el científico Carlos Bustamante, el físico Modesto Montoya. Los temas están relacionados con San Marcos o con el quehacer universitario.

-Semblanzas

Se publica una semblanza de Luis Alberto Sánchez como periodista y como biógrafo.

-Perfiles

Encontramos dos: Sobre el poeta Washington y el biólogo Armando Yarlequé. Entre el enlace Semblanza y Perfiles no le encuentro mucha diferencia, podrían estar en un solo espacio.

-Reportajes

Este enlace también está desatacado en el home page. Se publican cinco reportajes: “Herbolarios en el aire”, “Vehículo aéreo no tripulado”, “Un fondo muy reservado”, “Tambopata, el cielo en 20 minutos” y “El Gigante dormido”.

-Discursos de interés

En este enlace se publican dos discursos. El primero va con la fotografía del autor y del segundo se publica sólo el titular.

En la página de especiales donde nos lleva este enlace encontramos la relación de los otros discursos. El día que hicimos el análisis encontramos por ejemplo dos discursos más: del Dr. Alfred Zehe Kuhnt “Ahora viene el Homo nano sapiens” y del “Dr. Doménico Carotenuto: Fitoterapia y medicinatradicional”

El día que analizamos la página encontramos como discurso principal la nota del doctor León Trahtemberg: “La educación Peruana de espaldas a la globalización y a la investigación educacional”, con una volada: Ponencia de León Trahtemberg en el

Primer Encuentro de Rectores de Universidades Peruanas. Se publica la ponencia completa, que esta vez fue amplia de cuatro páginas, es decir 8 pantallas de computadora.

El segundo discurso fue de la doctora. María Irigoin: “Indicadores de calidad: no son la realidad, pero pueden cambiarla” con una volada: María Irigoin su exposición sobre los indicadores de calidad. También se publica la ponencia completa, de la misma cantidad que el discurso anterior.

-Reportajes/ informes

Es un espacio donde se publican los titulares de dos reportajes:

“Arguedas/Chandra. Cultura, tradición y forma literaria”, este titular nos lleva a una nueva página, donde podemos leer la nota completa. Se trata de la colaboración de un crítico literario británico, quien reseña la obra de Dora Sales Salvador. Es amplia de cuatro páginas. Se publica la foto del libro reseñado y la foto del autor de la nota, con sus respectivas leyendas. Es necesario señalar que en este artículo se publica enlaces relacionados con el tema, que pueden ser de interés para el navegante que llegó hasta el final de la nota.

El sitio oficial de Vikram Chandra se encuentra en: www.vikramchandra.com. Tiene una bibliografía, incluyendo más textos por Dora Sales, uno de cuyos textos (en inglés) se halla en: www.unirioja.es/Publicaciones/ej/jes/jes02/art07.pdf. El autor de esta reseña también ha escrito artículos sobre Chandra - véanse (en castellano):

www.seikilos.com.ar/Chandra_es.html y (en inglés; sobre Chandra traducido por Dora Sales y Esther Monzó):www.seikilos.com.ar/LoveAndLonging.html).

“Cordón umbilical, más que un seguro de vida”, con una volada: Fue inaugurado el Instituto de Criopreservación y Terapia Celular. Es un reportaje de dos páginas, lleva el crédito del autor. Se ha recogido información de varias fuentes, se muestra el punto de vista de muchos actores involucrados con el tema. También se incluye una fotografía temática y dos fotografías de las personas entrevistadas con sus respectivas leyendas.

-Banner/ más eventos

En este espacio se publican 25 convocatorias. Cabe señalar que hay un incremento sustancial con respecto a la primera muestra, donde el tope máximo al que se llegó fue de 13 eventos.

- 1.-Seminario de periodismo digital
- 2.-Tercer encuentro metropolitano de jóvenes investigadores sociales
- 3.-Seminario internacional de prácticas docentes
- 4.-Conferencia nacional: aplicación de tecnología para la administración de sistemas y desarrollo de software.
- 5.-XVI congreso nacional de estudiantes de ingeniería industrial
- 6.-Exposiciones artísticas y fotográficas
- 7.-Conferencias magistrales
- 8.-Ecología y desarrollo humano
- 9.-Seminario taller: aplicaciones del muestreo
- 10.-Conferencia internacional de espectroscopia

- 11.-Diplomado en museología
- 12.-Grado de gestión ambiental para el desarrollo sostenible
- 13.-Concurso: Carlos Oquendo de Amat
- 14.-Filarmónica rumbo al centenario
- 15.-Cursos en la facultad de Letras.
- 16.-Coloquio: la izquierda y el APRA en la historia política del Perú
- 17.-Coloquio Internacional en homenaje a Nicomé de Santa Cruz.
- 18.- Primer Congreso Nacional de estudiantes de Psicología
- 19.-I Congreso odontológico de Lima
- 20.-IV Encuentro Científico Internacional de Invierno
- 21.-IV Congreso Nacional de Investigaciones en Antropología
- 22.-I Congreso Latinoamericano de Estudiantes de Microbiología
- 23.-Coloquio Internacional de Psicología Universitaria
- 24.-I Congreso Iberoamericano de Investigación Artística
- 25.-Concurso: ensayo de filosofía Augusto Salazar Bondy

Conclusiones

Pese a que este análisis se desarrolló un año después que se hizo el primero, no se observa avances con respecto al uso del lenguaje del periodismo digital; se seguía escribiendo notas como para un medio de comunicación escrito, aunque ya aparecen algunas entrevistas, incluso un artículo de opinión del rector de la universidad.

Sigue siendo limitado el uso de la fotografía y sus respectivas leyendas, aún no se da el salto definitivo hacia el empleo de la multimedialidad, no se complementan las

imágenes con el video y el audio. Del mismo modo, hay un tímido uso del hipertexto, en alguna de las notas se hacen pocos enlaces a otras páginas relacionadas, que podrían darles la oportunidad a los lectores a acceder a las mismas fuentes de donde el periodista sacó información.

Con respecto a la interactividad, en una de las notas se publica el crédito del autor y su respectivo correo electrónico, este es un paso interesante que permite la comunicación entre el público y los responsables de la página, en este caso con el autor de la nota. Sin embargo aún siguen ausentes las encuestas en línea, los foros, el chat, etc.

4.2 Resultados del análisis

4.2.1 Primera muestra: 12 de enero de 2004 al 13 de febrero de 2004

1 Primer día: lunes 12 de enero de 2004

De las diversas herramientas que nos ofrece Internet sólo se ha utilizado el hipertexto. Todas las notas están redactadas como para la prensa escrita. Sabemos que la multimedialidad es otra herramienta importante, sin embargo en ninguno de los enlaces se hace uso, por ejemplo del video y del sonido.

De las cuatro noticias que se publicaron el 12 de enero, sólo se empleó el hipertexto en una de ellas. La nota del doctor Nelson Maculan se pudo enlazar con la Universidad General de Río de Janeiro, Brasil, el homenajeado fue el rector de esta

universidad. Otro enlace a la Academia de Ciencias de New York, porque era miembro titular de dicho organismo. En la nota de especiales también se tomó en cuenta el hipertexto y se enlazó con relacionadas con al tema, aunque se pudo hacer más enlaces, como por ejemplo a la página de la universidad de Berkeley, donde trabaja el entrevistado. En el caso del físico premiado también faltaron enlaces a Inictel, Universidad Cayetano Heredia, Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas, la Universidad Nacional de Ingeniería, instituciones que participaron en el encuentro científico, donde el sanmarquino fue premiado.

Se pudo haber aprovechado más el hipertexto si la nota de “El pan sanmarquino de cada día”, se enlazaba con la página de Ingeniería Industrial, facultad a donde pertenece la panadería, así como con la página de la Oficina de Coordinación de Centros de Producción, ente responsable de estos centros. El hipertexto les permitiría a las personas que leen el artículo enterarse que existe esta oficina y del trabajo que desarrolla

Como en el artículo “El gigante dormido” se menciona a las universidades Católica del Perú, Autónoma de México, Defensa Civil, se debió aplicar el hipertexto haciendo un enlace a sus páginas web.

2 Segundo día: martes 20 de enero de 2004

De las cinco notas publicadas este día, sólo dos de ellas tienen enlaces: en la de exoneración de constancias de pago y en la de los cursos a distancia, incluso en esta se

pudo enlazar a la página web de la Facultad de Educación y a las demás sedes de provincia.

En la nota de la “Propuesta del Rector de la UNI” también no se empleó el hipertexto, cuando debió enlazarse a la página web de la Asamblea Nacional de Rectores, de la Universidad Nacional de Ingeniería, al Fondo Especial de Desarrollo Universitario, Plataforma ISI (Institut for Scientific Information). Como se hace alusión a la Ley Universitaria, también el periodista debió darse el trabajo de ubicar un enlace sobre el contenido de la Ley Universitaria. Incluso también se pudo haber mostrado más fotografías, la del autor de la propuesta habría sido perfecta.

En la nota de “Se inauguró aulas de navegación de Universia”, debió hacerse un enlace al portal universitario Universia, a la página del Grupo Santander. Fue un artículo que estaba relacionado con el tema de tecnologías y no recibió la cobertura que ameritaba.

Lo mismo sucedió con la nota “Especiales sobre la coca”. No hay enlaces a otras páginas como a la de Enaco. Considero que también se debió incluir más fotos temáticas.

Las notas están redactadas como para un medio de comunicación escrita. Las cuatro primeras son informativas, sólo una de ellas es una entrevista amplia de preguntas y respuestas.

Obviamente tampoco se hace uso de las herramientas de multimedia o sonido, incluso el empleo de la fotografía es limitado y la interactividad tampoco está presente.

3 Tercer día: miércoles 28 de enero de 2008

De las 5 informaciones publicadas, tres de ellas fueron enlazadas a otras páginas, es decir, se empleó el hipertexto. A diferencia de la nota sobre Chile, todas fueron informativas. En la noticia principal faltó la fotografía de la persona en torno a quién se escribe el artículo, del mismo modo, en la nota de hidroponía, faltó la fotografía de la persona entrevistada.

En este artículo se observa que en el diseño no hay cuidado. No hay mucha diferencia entre los espacios de la nota informativa y los recuadros. Se separan por unas líneas punteadas, cuando se le podría dar más vida utilizando colores. Si bien, algunos autores señalan que los cibernautas prefieren más el texto, también el diseño juega un papel importante si deseamos que nuestras páginas estén bien presentadas.

En la nota sobre Chile solo se publican los rostros de los entrevistados, carece de una fotografía temática. Un mapa limítrofe de los tres países mencionados, una infografía de las zonas en conflicto y una foto del lago Titicaca, habrían completado la presentación de este artículo.

Se observa que no hay todavía un norte definido con respecto a la forma de escribir para este medio y para utilizar las herramientas que le ofrece, una muestra son los pocos enlaces que se hacen en cada una de las notas, salvo algunas excepciones.

4 Cuarto día: jueves 5 de febrero de 2005

De las cuatro notas que se publicaron este día, sólo una de ellas, la de ética tiene un enlace a una página que no está funcionando. Las fotografías temáticas no son las adecuadas, nada tienen que ver con el tema. Incluso se debieron publicar imágenes de los otros dos entrevistados. El hipertexto se pudo aprovechar con un enlace a la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard, a la Facultad de Medicina de San Marcos, a la de la Organización Panamericana de la Salud, así como a las páginas de las universidades de Columbia y Pennsylvania.

Pese a ser una convocatoria internacional en la nota sobre el “Premio de Relatos” no se hizo en enlace a la página de la organización que lo convocaba. Incluso el redactor pudo ubicar un enlace al resumen o al mismo libro *Los Cachorros*, así como a páginas relacionadas con Vargas Llosa.

En la nota de “Homenaje a Luis Alberto Sánchez (LAS)”, como en todas faltó enlaces a temas relacionados con LAS o sobre los expositores de la mesa redonda como el sociólogo Hugo Neira.

Más fotografías se pudieron mostrar en el artículo “Corrupción escolar”, entre ellas de la congresista Gloria Helfer, del procurador del Ministerio de Educación, Roger Niego Arana. Otro recurso que se pudo aprovechar fue el hipertexto, un enlace a la página del Congreso de la República, de donde proviene la nota, al Ministerio de Educación, a la Defensoría del Pueblo, al Ministerio de Economía y Finanzas, a la

Comisión Nacional de Anticorrupción, porque son instituciones relacionadas con el tema y han sido mencionadas por el periodista.

Con respecto al uso del hipertexto tengo interrogante que me permito plantearlas ¿Existe un límite para hacer los enlaces? ¿Se deben hacer muchos o pocos enlaces?

5 Quinto día: viernes 13 de febrero de 2004

De las cuatro notas publicas este día, dos de ellas tienen enlaces a otras páginas que están relacionadas con el tema. A excepción de una, en todas las notas las fotografías no tienen leyendas. Tres artículos publicados son largos, una es corta, pero con datos suficientes que responden las 5 w.

En la nota sobre la Comisión de la Verdad y Reconciliación (CVR) se pudo enlazar a la página web de la CVR y a otros espacios que están relacionados con los derechos humanos. En ninguna de las dos fotos se incluyen las leyendas.

La nota de las encuestas ¿Termómetro político? se pudo enlazar a otras páginas como por ejemplo a la Universidad Nacional de Ingeniería, APOYO, DATUM, IMASEN, así como a SECOMAT. Ninguna de las fotografías publicadas tiene leyendas.

4.2.2 Segunda muestra: 16 de mayo de 2005

Desde su relanzamiento en mayo del 2002, la página web fue rediseñada en dos oportunidades. Con la finalidad de analizar qué cambios se produjeron entre enero del 2004 y el 16 de mayo del 2005, tomamos otra muestra y estos son los resultados:

Se mantuvo el mismo formato. Una noticia principal en el Home Page, con una parte del lead, con una fotografía. El criterio de selección de estas noticias era de acuerdo a su interés internacional, se trataba principalmente de resultados de investigación relacionados con el acontecer nacional o internacional, político, social y cultural.

En este bloque se incluye el enlace Actividades del día, donde se hacen muestras las actividades académicas, culturales, deportivas que se desarrollan en la Universidad.

En el segundo bloque se publican las voladas, titulares y el lead de tres noticias, previamente seleccionadas. También deben ser de interés general. La tercera y cuarta nota publicaban temas de interés para sanmarquinos.

Una de las novedades es que el espacio Destacados ha sido reemplazado por el enlace Especiales, donde se muestran las notas más relevantes que se han publicado durante el mes. La mayoría van con los créditos de los autores.

Un nuevo ingreso es el enlace Discursos de interés, donde se publican principalmente los discursos ofrecidos por las personas que han recibido el título de

Doctor Honoris Causa, máxima distinción que otorga la Universidad a exponentes de la cultura, ciencia y política.

Se han quitado los espacios de Especiales y Visite, han sido reemplazados por un Buscador, que permite al navegante ubicar la información que está publicada en la página web de San Marcos.

De las cuatro notas publicadas el 16 de mayo de 2004, dos de ellas son informativas amplias. La otra es una entrevista de preguntas y respuestas y la cuarta es un artículo de opinión escrito por el rector de San Marcos, el doctor Manuel Burga Díaz.

Si bien en las cuatro notas se emplearon fotografías, sólo una de ellas tiene leyenda. Asimismo, se utilizó el hipertexto en una sola.

Como en la mayoría de las notas que se publican en este portal, en “Reforma o cambio total”, las fotografías no tienen leyendas. Tampoco se hizo el enlace a las páginas web de las tres universidades a las cuales representaban sus autoridades. Una forma de emplear la multimedialidad habría sido publicar el video de esta reunión.

La nota sobre el “Diplomado de Museología” se debió enlazar con las páginas web de los museos de la Universidad o del país. Es una constante que la fotografía no tenga leyenda.

En la nota “454 en busca de la nación”, hay un enlace, pero se pudo agregar a la página de la Universidad Nacional Autónoma de México, debido a que el rector de esta universidad fue uno de los invitados de honor. Como el texto era amplio también se debió incluir más fotografías de la ceremonia y de la visita del doctor de la Fuente a San Marcos, incluso una sobre la conferencia de prensa que ofreció.

En el enlace de los Especiales la nota, sobre Chiandra, podría ser considerada como una de las que más se aproxima al periodismo digital, porque allí se incluyen datos biográficos del autor del artículo con su respectivo correo electrónico, hay enlaces a varias páginas.

Como venimos advirtiendo a lo largo de este informe, la ausencia del lenguaje del periodismo digital en las notas está presente. Todas están redactadas como para un medio de comunicación convencional, incluso los géneros periodísticos (nota informativa, entrevista, opinión) están presentes con las mismas características como para un medio tradicional. Se observa el mismo fenómeno que sucedió cuando los periódicos peruanos se trasladaron a la red. En un primer momento se publicaron los mismos contenidos de la edición impresa al entorno digital, posteriormente fueron desligándose y creando su propio lenguaje.

En la página web de San Marcos empezamos con un equipo dedicado exclusivamente a preparar material que sería publicado en red. Sin embargo, los periodistas seguíamos redactando como para una edición impresa. No dimos el salto al periodismo digital.

Como periodista no utilicé las herramientas que me ofrecía Internet para enriquecer mis notas, como la multimedialidad, la interactividad. Solo en algunas oportunidades empleaba el hipertexto. Considero que se daba este fenómeno, porque aún no estaba familiarizada con estas herramientas o no tenía el bagaje necesario como para saber a qué información hacer el enlace respectivo. Considero que esta cultura del hipertexto se adquiere con el paso del tiempo y la experiencia acumulada.

Con respecto a la multimedialidad, no la utilizaba porque aún no me desligaba del formato anterior, me refiero a las cámaras fotográficas y de video mecánicas. Dar el salto al uso de los equipos digitales no fue de inmediato y mas aún cuando la oficina no tenía esas herramientas y, por los elevados costos que tenían, yo no podía adquirirlas.

Cuando empecé en el periodismo digital, descubrí las ventajas que suponía escribir en un nuevo medio, pero no le presté la debida atención a la posibilidad que tenía de interactuar con el público, tal vez por esa razón no pedí que se publicara en mis notas, junto con el crédito, mi correo electrónico.

4.3 Reflexiones finales

Debido al escaso ancho de banda que tiene la Universidad, en la página de San Marcos no era posible explotar la multimedialidad que nos ofrece Internet. No podíamos publicar abundante fotografías, audio y sonido.

Cuando iniciamos el proyecto lo hicimos con 1 MB de ancho de banda y tres años después se incrementó a 2 MB. Sin embargo, aún así no podíamos explotar la

multimedialidad, como sí lo hacía la Universidad Sao Paulo de Brasil, que tenía a su disposición 500 MB de ancho de banda.

La credibilidad en la red es otro elemento que permite posesionarse en periodismo digital. Debido a la inmensa cantidad de información que circula a través de Internet, tenemos que ganar credibilidad y eso se logra ofreciendo información veraz y actualizada. Sin embargo, debemos reconocer que teníamos ventaja, porque la Universidad de San Marcos ya tiene un prestigio ganado de más de 450 años de existencia y nuestra responsabilidad era conservar e incrementar ese prestigio a través del ciberespacio.

Uno de los criterios que se manejaba en la oficina, era que en la página se podía publicar la mayor cantidad de información. Cuando redactaba notas para la revista el editor me pedía que sean cortas, pero en mi experiencia como periodista digital ya no me enfrentaba a la famosa “dictadura del espacio”, porque podía publicar todos los datos que consideraba importantes. Sin embargo, tenía una duda ¿mis lectores leerán mi nota completa?

Creo que la respuesta me la dan un grupo de expertos de la universidad Vasco en el libro el Diario Digital, donde señalan que debemos redactar con titulares informativos sencillos, un texto matriz, con elementos esenciales de la información y la división del texto en párrafos con un máximo de 25 líneas, obviamente ninguna de estas sugerencias las apliqué cuando redacté las notas para la página web de San Marcos.

Sin embargo, es necesario señalar que el solo hecho de apostar por el periodismo digital en la página web de San Marcos ya fue un gran paso, Si bien no se empleaban todas las herramientas necesarias que ofrece el mundo digital y no se tenía claro qué lenguaje se debía utilizar, hay aspectos que valen la pena resaltar, luego de este análisis. Entre ellos, la variedad de notas (informativas, entrevistas, reportajes, biografías, perfiles, convocatorias, etc.) y más aún si resaltamos la diversidad de temas que se abordaban, que van desde la ciencia, la cultura, la investigación, el deporte, la política, lo social, etc. Y si de ofertas académicas se trata también están los diferentes cursos, conferencias, congresos, concursos y becas que se publicaron. Uno de los grandes beneficiados fue el lector que visitaba esta página, al igual que la Universidad, que a través de esta vitrina digital mostraba el trabajo que venían desarrollando sus miembros (autoridades, docentes, administrativos y estudiantes).

CONCLUSIONES

- Además del Boletín San Marcos al Día y las notas de prensa, la Oficina General de Relaciones Públicas, tiene otro medio de comunicación acorde a los últimos adelantos que ofrece la tecnología, y ese nuevo medio es su página web.
- El periodismo digital es una alternativa laboral para los periodistas. Con la creación de la Unidad de la Página Web de la Universidad de San Marcos, fui uno de los profesionales que logró estabilidad laboral. También se abrieron puestos de trabajo para dos ingenieros de sistemas y un diseñador.
- Como periodista descubrí que existen nuevos espacios para ejercer mi carrera: las unidades de las páginas web de las instituciones públicas y privadas.
- Capacitación y actualización permanente y obligatoria en el uso de las nuevas tecnologías, es una exigencia para los profesionales que se dedican a esta actividad.
- Aprendí que el trabajo multidisciplinario, integrado por ingenieros de sistemas y periodistas, es enriquecedor. No solo adquirí nuevos conocimientos como periodista, sino también conocí el lenguaje de estos profesionales como anchos de banda, HTML, IP JPG, así como la importancia del trabajo en equipo y cada uno desde su especialidad. Así, los periodistas redactan las notas de acuerdo a las exigencias del nuevo medio, los ingenieros de sistemas son los encargados

del soporte técnico y mantenimiento del sistema y los diseñadores son los responsables del lenguaje visual y audiovisual.

- Comprobé cómo, gracias a una decisión política, una Oficina General de Relaciones Públicas de una institución pública como la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, puede convertirse en una sala de redacción, donde se genera y se muestre información científica, académica, cultural, política y deportiva, y dejar de ser la vocera oficial de las autoridades de turno. La página web es una herramienta que permite lograr ese objetivo.
- Tener personal capacitado (periodistas e ingenieros de sistemas y diseñadores visuales) y equipos de cómputo de última generación, es fundamental para que una institución pueda ofrecer un eficiente servicio a través de Internet: accesibilidad, conectividad y diversidad de servicios (foros, chat, correos, almacenamiento, etc.).
- La página web de la Universidad de San Marcos se convirtió en una fuente de información importante para los medios de comunicación y la comunidad sanmarquina por su actualización permanente.

BIBLIOGRAFÍA

ARMENTÍA, Caminos, ELEGERY, Merchan. (2004), “El Diario Digital”. Editorial Bosch, <http://galeon.com/periodismo-/concepto.htm>. 16 de marzo, 14.00 h.

ALONSO, Julio (1998). “Grafía. El Trabajo en una Agencia de Prensa Especializada en Infográficos”, en Revista Latina de Comunicación Social. Número 8. Agosto de 1998. La Laguna.Tenerife, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/49inf6.htm>. 29 de junio, 16:30 h.

ALBERTO Caitro, (2009). “El Núcleo de la Infografía debe ser la Información”, http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota_varias_fotos.asp?idCat=6378&idArt=2320679. 29 de junio, 16:00 h.

BASTENIER, Miguel. (2001). *El Blanco Móvil. Curso de Periodismo*. Madrid: Grupo Santillana de Ediciones S.A. Primera edición.

CAMPS, Sibila y Luis Pazos (1994). *Así se hace periodismo. Manual práctico del periodista gráfico*. Paidós. Estudios de Comunicación. Buenos Aires, Barcelona, México.

EDO, Concha (2001). “El Lenguaje Periodístico en la Red: del Texto al Hipertexto y del Multimedia al Hipermedia. Estudios sobre el mensaje periodístico”, http://www.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-4-Comu/7-4-02.htm. 2 de mayo, 22:00 h.

ESTREMADOYRO, Julio. Clase impartida sobre Periodismo Multimedia en el Curso de Titulación 2003 de la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. El autor es catedrático de esta Universidad.

Empresa Editora El Comercio S.A., Glosario de Informática e Internet.

FILIPPI, Emilio. (1997). *Fundamentos del periodismo*, México: Editorial Trillas.

GARGUREVICH, Juan. (1987). *Nuevo Manual de Periodismo*, Lima: Editorial Causachum.

GATES, Bill. (1999). *Los negocios en la era digital*, Estados Unidos: Plaza & Janés Editores. S.A.

GIL, Quim, (1999). “Diseñando al Periodista Digital”,
<http://www.saladeprensa.org/art89.htm>. 13 de noviembre, 20.00 h.

HERNÁNDEZ, Max (2002). *La universidad en un mundo globalizado*, Cristóbal Aljovín- César Germaná (eds.), La universidad en el Perú, Lima, Fondo Editorial de la UNMSM, pp. 123-129.

Internet, (2002). Página web, Red Científica del Perú,
http://www.yachay.com.pe/servicios/investigador/inv_internet.htm. 22 de agosto de 2002, 14:00 h. (Copyright © 1994 - 2002 Red Científica Peruana. Se permite la reproducción total y parcial de los contenidos de este sitio web citando como fuente a la Red Científica Peruana y comunicándolo a los editores).

LUJÁN, Juan Carlos. (2003) “Periodismo Digital y la Relación con los Usuarios en la Era Digital”,. <http://www.razonypalabra.org>. 06 de febrero a las 16. 00 h.

MARTÍNEZ (compiladora) (1998). *Seminario de Periodismo Contemporáneo. 16 al 25 de agosto de 1995. Fundación Andrés Mata. Caracas (mimeografiado)*.

MIRÓ QUESADA, Alejandro. (1991). *El Periodista*. Perú: Editorial Amauta.

MOIRÓN, Sara. (1994). *Cómo acercarse al periodismo*. México: Editorial Limusa.

NEGROPONTE, Nicolás. (1995). *Ser Digital*. Buenos Aires: Editorial Atlántida.

NIELSEN, Jacob (2003). “Periodismo para Internet”,
<http://local.fnpi.org:8990/download/relatorias/internet.pdf>. 20 de agosto, 12.00 h.

ORIHUELA, José Luís (2003) “¿Cuál crisis?”,
<http://www.saladeprensa.org/art410.htm>. 06 de febrero, 15:00 h,

ORBEGOZO, Manuel. (2000). *Periodismo: texto de teoría y práctica*. Lima: Fondo Editorial UNMSM.

ORRILLO, Winston. (1988). *César Vallejo: los géneros periodístico*. Perú: Editorial San Marcos. Primera edición.

Plan Estratégico Institucional (PEI) 2002-2006. Suplemento especial publicado por la Oficina General de Planificación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en la revista Campus N° 30 editada en noviembre de 2002 por la Oficina General de Relaciones Públicas.

RIVADENEYRA, Raúl. (1994). *La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*. México: Editorial Trillas.

ROSENTAL, Calmon (2003), “Periodismo para Internet”, <http://fnpi.org>. 20 de agosto, 12:00 h.

SALAVERRÍA, Ramón (2001). “Aproximaciones al Concepto de Multimedia desde los Planos Comunicativo e Instrumental. Estudios sobre el Mensaje Periodístico”. Número 7, http://www.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-5-Inve/7-5-13.htm. 02 de junio, 20:00.

SANDOVAL, Martín (2002). “Periodismo Nuevo para Nuevos Medios”,. <http://www.saladeprensa.org> . 5 de noviembre, 8:00 h.

ANEXOS

Anexo N° 1

ENTREVISTAS

Debido a la importancia del trabajo que desempeñaron el jefe y uno de los ingenieros de sistemas de la Página Web de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, a continuación presento las entrevistas que me concedieron:

Jefe de la Unidad de la Página Web: Magíster Denis Dávila Picón

Responsable del contenido y diseño de la página web de la Universidad.

-¿Cuál fue su experiencia como jefe de la página web de San Marcos, rediseñada desde el punto de vista del periodismo digital?

La experiencia fue muy enriquecedora, personal y profesionalmente, debido a que el periodismo digital era, y todavía es, una nueva manera de informar que tiene sus propias reglas, exigencias y retos. El nuevo soporte crea un nuevo entorno comunicativo mucho más rico, a mi modo de ver, con normas propias que afectan el fondo y la forma del periodismo. Lo digital y el entorno creado han influido en la forma de redactar y presentar la noticia.

Fuimos el primer centro de estudios del país que hizo de su sitio web un noticiario. Luego muchos nos replicaron, inclusive nos copiaron. Y ahora lo hacen todos.

Creo que pudimos visualizar lo que se venía, y estuvimos a la altura de las circunstancias. Todos querían aparecer en ese entonces en la página web de San Marcos. En fin, fue muy buena experiencia para mí y creo que también para todos los que trabajaron conmigo. Aprendimos mucho, mejoramos bastante.

-¿Por qué apostó por este tipo de periodismo?

Un rasgo mío es mirar siempre al futuro y analizar las cosas en esa perspectiva. Y ahí caí en la cuenta que las nuevas tecnologías de la información y comunicación terminarían imponiéndose en nuestra sociedad, en la vida de las personas, y ahora están entrando en nuestras mentes. De manera que supuse que el periodismo digital sería el pilar de esta sociedad, razón por la cual era necesario meterse de lleno para aprender, conocer o manejar su nuevo formato, su nuevo lenguaje.

En el camino descubrimos que había, también, para este tipo de periodismo, grandes, pero muy grandes retos; puesto que todos los que tienen un blog son potenciales periodistas. Ante ello, los periodistas de carrera no tienen otra opción que ser excelentes en el ejercicio de su profesión. De lo contrario, fácilmente podrían quedar como uno más del montón.

-¿A qué retos se enfrentaron?

Retos que surgieron de la misma universidad. San Marcos es una institución pública, con limitaciones de presupuesto. Sufrimos la indiferencia inicial de muchas de sus

autoridades, además de intentos de imposición, o control, presiones a las que nunca cedimos. Al final, superamos esos retos y nos mantuvimos casi cinco años.

Por el lado del periodismo también tuvimos varios desafíos: logramos aplicar nuevas ideas, criterios y formas de hacer noticia, que tuvieron un impacto muy favorable para la universidad.

Creo que el periodismo desarrollado a través de la página web fue una herramienta fundamental para mostrar que San Marcos seguía siendo un centro de investigación de gran importancia en el país.

También empezamos a organizar conferencias de periodismo digital que tuvieron gran acogida. Con estas actividades, pusimos el periodismo digital ante los ojos de académicos, estudiantes y profesionales.

-¿Cómo lograron superar las dificultades?

Logramos superarlo, primero, con el apoyo del rector de entonces, el doctor Manuel Burga Díaz, y luego, con la formación de un gran equipo de trabajo. En la forma de trabajar también innovamos, porque si bien yo era el jefe de la oficina, ejercí la jefatura de manera, creo yo, muy democrática, con frecuentes conversaciones, compartiendo temas y experiencias, planificando entre todos, decidiendo por temas o situaciones, luego de analizar y escuchar a todos, tomábamos una decisión; la opción que para ese momento era la mejor.

Siempre creí, y todavía creo, que la cantidad de información e innovación que se produce en Internet es enorme, y que mi capacidad, mi mente, es de hecho incapaz de aprehender todo.

De manera que yo podría conocer sólo una parte de esa inmensidad; y si quería conocer más, no quedaba otro camino que reunir a los 8 que trabajamos, para que cada uno exponga, en el grupo, esa pequeña parte de ese universo que podía visualizar; así creo que multiplicamos nuestras capacidades y posibilidades de conocer; y pudimos superar los retos, innovar, estar siempre adelante.

-¿Qué tan importante fue trabajar de manera multidisciplinaria: ingenieros de sistemas, periodistas, diseñadores?

Fue crucial. No hubiese sido posible si sólo nos llenábamos de ingenieros de sistemas. Si bien la ingeniería es el soporte de todo esto, el fin último es la comunicación social. Eso lo intuimos inicialmente y lo comprobamos luego.

Y el beneficio fue para ambos tipos de profesionales. Ahora, los ingenieros que trabajaron con nosotros, han incorporado estos criterios. Algunos se han vuelto medio periodistas, y los periodistas han aprendido algo de la ingeniería. En resumen, unos y otros aprendieron que el presente y futuro de Internet está en el trabajo coordinado de profesionales de la ingeniería y de la comunicación social. Este es un criterio básico.

Ahora, me alegra ver que los ingenieros de sistemas, que salieron después de pasar por esa experiencia, están trabajando con nuestros criterios. En sus sitios incorporan

noticias. No se olvidan de crear un espacio noticioso. Eso me parece muy positivo. Eso ya lo hacíamos en San Marcos, pero todavía no se comprende muy bien en otras instituciones y en la sociedad peruana misma se sigue creyendo que Internet es trabajo sólo de ingenieros.

-¿Cuáles fueron los logros?

Creo que hay logros profesionales; logros para la universidad; y algunos aportes para el periodismo peruano. En lo profesional, eso marcó la vida de todos los que trabajamos; yo ya no pienso dedicarme a otra cosa que no sea este tema; nos desarrollamos en un nuevo campo, nos atrevimos a meternos y a pelear con los que no creían y los convencimos. Nos fortalecimos profesionalmente.

Para la universidad fue importante también porque contribuimos a mejorar su imagen, logramos posicionarla como promotora de estas tecnologías. Así como también dimos a conocer al mundo el trabajo de sus investigadores, docentes y alumnos. Fortalecimos nuestra imagen como referentes nacionales. Ubicamos a San Marcos entre las 50 mejores universidades del continente.

En cuanto al aporte al periodismo peruano, creo que contribuimos a difundir el tema. Interesamos a muchos en los nuevos conceptos y retos que se nos venían. A nuestras conferencias llegaban de casi todos los medios, así como de ciudades del interior del país. En fin, creo que contribuimos a mostrar que una universidad pública tiene muchas virtudes.

Lástima, y es algo paradójico, que nuestra propia Escuela de Comunicación Social no haya dado el giro, o todavía esté muy tímida en la incorporación de estas nuevas herramientas.

Ingeniero de sistemas: Luis Díaz Montes

Uno de los responsables del diseño, programación y actualización de la página web

¿Qué significó para ti trabajar en la página web de San Marcos, en especial con el enfoque periodístico que se le dio desde su relanzamiento?

Fue una grata experiencia trabajar en un equipo multidisciplinario. Cada quien desde su especialidad aportaba para el desarrollo de una página web con un enfoque y contenidos adecuados, con lo que se logró un portal sólido, confiable. Y lo mejor de todo, con una gran cantidad de visitas diarias, pues la información mostrada estaba en constante actualización. Lastimosamente, el portal ha decaído en los últimos dos años; ya que la innovación se ha perdido.

-¿Existe alguna diferencia entre trabajar en una página web que no es periodística y otra, como la de San Marcos, con tendencia periodística?

El constante cambio de la información en la web, enfocada desde el punto de vista periodístico y la forma cómo debe presentarse al público genera un reto adicional a los diseñadores y programadores web, quienes debemos estar innovando constantemente herramientas que permitan cumplir con los objetivos.

-¿Qué opinas del trabajo multidisciplinario que se necesita en el periodismo digital?

El trabajo multidisciplinario debe ser aplicado en todo tipo de proyectos, pero en especial en el de la web. El trabajo conjunto de programadores, periodistas y otros expertos relacionados con el tema, permitirá mostrar una página con una estructura técnica adecuada y con contenido claro y actualizado.

-¿Cómo fue tu experiencia al trabajar con periodistas y estar inmerso en el periodismo digital?

El trabajo con periodistas fue muy valioso porque aprendí no sólo a mostrar la información solicitada sino a darle forma.

-¿Cuáles son los retos para un ingeniero de sistemas frente al periodismo digital?

Ya de por sí trabajar con periodistas es un reto. La manera de ver la información de un periodista es un revuelo de ideas que el ingeniero tiene que agrupar, ordenar e implementar, por lo que la actualización en nuevas tecnologías de la información debe ser una constante.

Anexo N° 2

COPIA DE TEXTOS ANALIZADOS

Fecha: 12 de enero de 2004

Contiene:

- 1.-Página principal
- 2.-Nota: Examen de admisión 2004-II será en marzo
- 3.-Nota: Doctor Honoris Causa para Nelson Maculan
- 4.-Nota: Vacaciones útiles en San Marcos
- 5.-Nota: Premian a físico sanmarquino
- 6.- Entrevista: Universidades al 50%
- 7.-San Marcos el gigante dormido
- 8.- Nota: El pan sanmarquino de cada día
- 9.- Eventos
- 10.-Agenda